

جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

تخصص إدارة أعمال

تحسين جودة خدمة العملاء وأثرها على الأداء المؤسسي: دراسة

تطبيقية على بنك الرياض

إعداد الطلاب/

محمد جفال العنزي 232001400

هادي سعود عادي الشمري 233001059

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

د. فايز جراد

العام الدراسي: 2024



إِهْدَاء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إلى من وهبوني الحياة والأمل، والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة،
ومن علموني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر

براء وإحسانا، ووفاء لهما والدي العزيز، ووالدتي العزيزة. إلى من
وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي إلى العقد المتين

من كانوا عوناً لي في رحلة بحثي إخواني وأخواتي. إلى من كاتفتني
ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح في مسيرتنا العلمية إلى رفيقة دربي

وأخيراً إلى كل من ساعدني، وكان له دور من قريب أو بعيد في إتمام
هذه الدراسة

سائلة المولى أن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا والآخرة. ثم إلى
كل طالب علم سعى بعلمه، ليفيد الإسلام والمسلمين

بكل ما أعطاه الله من علم ومعرفة

شكر وتقدير

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث العلمي، والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمداً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلي الأستاذ الدكتور / فايز جراد

والأستاذ الدكتور / الفیصل عبد الحمید محمد حسن

على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلي إدارة جامعة ميد أو شن ممثلة بالكادر الأكاديمي والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجيا من المولي عز وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في الأداء المؤسسي في بنك الرياض، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في الموظفين والعملاء بنك الرياض، وتمثلت عينة الدراسة في 360 فرد وهم الذين قاموا بالإجابة على استمارة الاستبيان الإلكتروني، وتم استخدام برنامج SPSS.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في الأداء المؤسسي في بنك الرياض.

وأوصت الدراسة بضرورة العمل على الحفاظ على المستوى المتميز من جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من خلال توفير بيئة العمل المناسبة التي تحقق ذلك، والحفاظ على المستوى المتميز من الأداء المؤسسي في بنك الرياض من خلال توفير كافة الإمكانيات والاحتياجات التي تساهم في تحقيق ذلك.

الكلمات المفتاحية: جودة خدمة العملاء - الأداء المؤسسي - بنك الرياض.

قائمة المحتويات

أ	بسم الله الرحمن الرحيم.....
ب	إهداء.....
ج	شكرو وتقدير.....
د	المستخلص.....
هـ	قائمة المحتويات.....
ط	قائمة الجداول.....
ي	قائمة الأشكال.....
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
1	مقدمة.....
2	1.1 مشكلة الدراسة:.....
3	2.1 أهمية الدراسة:.....
3	2.1 أهمية الدراسة:.....
4	2.1 أهمية الدراسة:.....
4	3.1 أهداف الدراسة:.....
5	4.1 تساؤلات الدراسة.....
5	5.1 فروض الدراسة:.....
6	6.1 نموذج الدراسة.....
7	7.1 الدراسات السابقة:.....
20	8.1 أوجه التشابه مع الدراسات السابقة:.....

20.....	9.1 أوجه الاختلاف:
21.....	10.1 الفجوة البحثية:
21.....	11.1 المنطلقات النظرية للدراسة:
22.....	12.1 تعريف التميز المؤسسي بأبعاده:
23.....	13.1 المنهجية وطرق البحث:
23.....	14.1 مصادر جمع البيانات
23.....	❑ أولاً: المصادر الثانوية:
23.....	❑ ثانياً: المصادر الأولية:
24.....	15.1 أدوات الدراسة :
24.....	16.1 حدود الدراسة :
25	الفصل الثاني: الاطار النظري.....
25.....	تمهيد:
27.....	المبحث الأول: تحسين جودة خدمة العملاء
27.....	تمهيد:
28.....	1.1.2 تعريف تحسين خدمة العملاء:
29.....	2.1.2 أهمية تحسين جودة خدمة العملاء:
31.....	3.1.2 أهداف تحسين جودة خدمة العملاء:
32.....	4.1.2 معوقات تحسين جودة خدمة العملاء:
34.....	5.1.2 طرق التغلب على معوقات تحسين جودة خدمة العملاء:
35.....	6.1.2 أبعاد تحسين جودة خدمة العملاء:
38.....	المبحث الثاني: الأداء المؤسسي.....
38.....	تمهيد:
39.....	1.2.2 تعريف الأداء المؤسسي:

40.....	2.2.2 أهمية الأداء المؤسسي:
43.....	3.2.2 أهداف الأداء المؤسسي:
45.....	4.2.2 أبعاد الأداء المؤسسي:
48	الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة
48.....	مقدمة
48.....	1.3 منهجية البحث
48.....	2.3 مجتمع وعينة الدراسة
49.....	3.3 الأساليب الإحصائية:
49.....	4.3 أداة الدراسة
50.....	5.3 صدق أداة الدراسة
50.....	المحور الأول: جودة خدمة العملاء
52.....	المحور الثاني: الأداء المؤسسي
54.....	6.3 ثبات أداة الدراسة:
55	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي
55.....	مقدمة
55.....	1.4 خصائص عينة الدراسة
56.....	2.4 تحليل محاور الدراسة
56.....	المحور الأول: جودة خدمة العملاء
61.....	المحور الثاني: الأداء المؤسسي
63.....	3.4 اختبار فروض الدراسة
71	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات والمقترحات
71.....	مقدمة

71.....	1.5 نتائج الدراسة
73.....	2.5 التوصيات
73.....	3.5 المقترحات
74	ABSTRACT
75	المراجع
75.....	أولاً: المراجع العربية
79.....	ثانياً: المراجع الأجنبية
80	الملاحق
81.....	استمارة استبيان

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
50	جدول (1) طريقة تصحيح مقياس ليكرت	(1)
50	جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات محور جودة خدمة العملاء	(2)
53	جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات محور الأداء المؤسسي	(3)
54	جدول (4) معامل الثبات لمجاور استمارة الاستبيان	(4)
55	جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا للخصائص	(5)
56	جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الاعتمادية	(6)
58	جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الثقة	(7)
59	جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات سرعة الاستجابة	(8)
60	جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الملموسية	(9)
61	جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات التعاطف	(10)

63	جدول (11) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الأداء المؤسسي	(11)
64	جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي	(12)
65	جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الاعتمادية والأداء المؤسسي	(13)
67	جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الثقة والأداء المؤسسي	(14)
68	جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين سرعة الاستجابة والأداء المؤسسي	(15)
69	جدول (16) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الملموسية والأداء المؤسسي	(16)

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
7	الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة	(1)

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة

ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بتطوير مفاهيم واستراتيجيات جودة الخدمات، كاستجابة للنمو المتزايد في صناعة الخدمات، وازدياد أهميتها سواء على مستوى الاقتصاد الدولي، أو على مستوى اقتصاديات الدول المختلفة. فأصبحت الجودة هي أحد أهم المعايير الأساسية لقياس أداء سلعة أو خدمة، ومع ذلك فإن قياس جودة الخدمات أمر صعب للغاية مقارنة بجودة السلع بسبب طبيعة الخدمة غير الملموسة. إن تسويق وتقديم خدمة ذات جودة يعد أحد المقومات الهامة لخلق قيمة لدى العملاء والموظفين، وضرورة حتمية لنجاح أي منظمة وبقائها

وفي ظل التغيرات التي حدثت في عالم الأعمال، والتطور في المنتجات والخدمات وتنوعها أصبح لزاماً على المنظمات أن تراعي هذه التغيرات، وأن تبحث عن الفرص المتاحة في البيئة المحيطة من أجل البقاء والنمو والربحية، وعلى أي منظمة أن تتخذ الاستراتيجية المناسبة لتحسين جودة الخدمة؛ فالمنظمات الناجحة دائماً تسعى إلى تحسين جودة خدماتها و تخطيط منتجاتها وتصميمها وفقاً لحاجات عملائها وتوقعاتهم، كما أن التطور التكنولوجي ساهم في تغير سلوك الزبائن وكيفية استقبالهم لجودة الخدمة المقدمة لهم كوسائل الاتصال الالكترونية؛ إذ إن وسائل الاتصال الإلكترونية أتاحت فرصاً إضافية تهدف إلى إدارة العلاقة مع الزبائن التي تصنف الزبائن المريحين، والحفاظ عليهم، من خلال بناء علاقات طويلة الأمد وعدم توجيههم للمنافسين، وتشير الأبحاث والدراسات كافة، وهو من المتفق عليه تحسين جودة الخدمة المقدمة إلى العملاء هو الأهم؛ لأنهم مصدر الربح والاستمرارية، فالمصارف الناجحة دائماً تسعى إلى تحسين جودة خدماتها وتخطيطها وتصميمها وفقاً لحاجات عملائها وتوقعاتهم، بمعنى أنها تقدم خدماتها وفقاً للحاجات الشخصية للعملاء. وتحرص الكثير من المصارف على توجيه العاملين بها نحو العملاء، والتركيز عليهم والحرص على رضاهم الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق التميز التنافسي المصرفي. (صالح وآخرون 2023،

ويعد مفهوم التميز المؤسسي واحداً من أهم عوامل النجاح في أي منظمة، ويعتبر مرحلة لما بعد الجودة، حيث أصبحت معايير التميز في مقدمة الأهداف التي تسعى لتحقيقها أي منظمة، للوصول إلى التفرد والتفوق والتميز في جميع نواحي المنظمة. ومع إزدياد المنافسة في منظمات الرعاية الصحية، أصبحت في حاجة ماسة إلى إدارة استراتيجية واعية وفعالة يكون لديها قدرات تنافسية وابتكارية لجذب العملاء وتحقيق أكبر قدر من الرضا لديهم، وضمان ولائهم والمحافظة عليهم.

ويتحقق التميز المؤسسي من خلال القيادة المتميزة القادرة على تحديد توجهاتها الاستراتيجية وتنفيذها من خلال مواردها البشرية، وإدارة جميع مواردها الداخلية والخارجية والعمليات بنجاح.

يعد تحقيق الجودة والتميز المؤسسي غاية كل مؤسسة تسعى للدخول في المنافسة العالمية، حيث يفرض مجتمع القرن الحادي والعشرين على مختلف مؤسسات المجتمع ضرورة التوجه نحو تحقيق التميز في الأداء على المستويين الفردي والمؤسسي. ويعتبر التميز المؤسسي بمثابة نمو للمؤسسة، يمكنها من تحقيق التوازن بين احتياجات وتوقعات جميع المستفيدين. ويتم فيها تعزيز جميع الجوانب، أي أن جميع الوحدات والأقسام تتحرك بالتساوي نحو التميز، وذلك بنشر ثقافة التميز بين جميع العاملين بالمنظمة. (الرملاوي، وآخرون. 2021)

1.1 مشكلة الدراسة:

تواجه المصارف في بيئة الأعمال المالية في عالم اليوم جملة من التحديات أبرزها تحقيق التميز التنافسي، والذي يعني قابلية المصرف على تقديم القيمة المتفوقة للعملاء، الذين يتمنون الحصول عليها ولتحقيق ذلك فإن الأمر يتطلب إدارة رشيدة لعلاقات العملاء؛ إذ إن عددًا من قادة المصارف التجارية يواجهون مشكلة فهم إدارة علاقات العملاء، والذي ينعكس في صور متعددة، منها عدم الاهتمام بالعملاء الذين يرتادون المصارف وتأخير تقديم الخدمة المصرفية للعملاء، وتردي بيئة المصارف الداخلية، والانتظار الطويل داخل المصرف عند الإيداع النقدي؛ بسبب قلة عدد الكاونترات التي تقدم الخدمة، ومواجهة الصعوبة الشديدة عند فتح الحساب المصرفي، مع وجود تعقيدات متعددة خصوصاً في بعض المصارف عن

غيرها، والصعوبة في عمليات السحب النقدي خصوصاً في ظل الأوقات الحرجة، وتأخير عمليات إجراءات المقاصة في ظل توفر خدمة المقاصة الإلكترونية، هذا بالإضافة إلى ضيق ساعات العمل المصرفية، الأمر الذي ينعكس بالسلب على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء، والذي يؤدي بدوره إلى ترك العملاء للمصرف، وتحولهم لمصرف آخر، مما ينعكس في نهاية المطاف على التميز المؤسسي والتنافسي للمصرف. تأسيساً لما سبق يمكن توضيح مشكلة الدراسة بصورة أكثر وضوحاً في السؤال الرئيس الآتي:

ما مدى تأثير تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بإبعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض؟

2.1 أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة من الناحيتين النظرية والعملية، حيث تسهم في تعزيز الفهم العلمي لأثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بإبعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض، وتم اختبارهما في الممارسة العملية من هذين المنظورين:

❖ الأهمية العلمية:

- تسهم الدراسة في توسيع المعرفة الأكاديمية حول العلاقة بين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي. هذا يضيف إلى الأدبيات الموجودة في مجالات مثل إدارة الجودة، رضا العملاء، والأداء المؤسسي.
- تساهم الدراسة في تطوير وتحديث النظريات المتعلقة بكيفية تأثير جوانب مختلفة من جودة الخدمة (مثل الجودة الوظيفية والجودة الفنية) على الأداء المؤسسي. هذا يمكن أن يؤدي إلى نماذج نظرية جديدة تساعد في تفسير الظواهر بشكل أفضل.

- توفر الدراسة توصيات عملية يمكن لبنك الرياض تنفيذها لتحسين جودة خدمة العملاء، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المؤسسي بشكل شامل.
- تساعد النتائج في تطوير استراتيجيات وسياسات فعالة لتحسين جودة الخدمة، مما يمكن أن يترجم إلى تحسينات ملموسة في العمليات والخدمات المقدمة للعملاء.
- تقدم الدراسة بيانات ورؤى قيمة تساعد الإدارة في اتخاذ قرارات مستنيرة ومبنية على الأدلة لتحسين جودة الخدمة

❖ الأهمية العملية:

- تقديم توصيات عملية لبنك الرياض حول كيفية تحسين جودة الخدمة لتحقيق أداء مؤسسي أفضل، لمساعدة البنك في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين والعمل على تطويرها.
- تزويد القادة وصناع القرار في بنك الرياض بمعلومات موثوقة ومركزة على البحث حول كيفية تحسين الأداء المؤسسي من خلال تحسين جودة الخدمة.
- تقديم إرشادات عملية لتطبيق استراتيجيات تحسين الجودة في الخدمات البنكية.
- تحفيز البنوك والمؤسسات المالية الأخرى على تبني استراتيجيات مشابهة:
- نتائج الدراسة قد يشجع البنوك والمؤسسات المالية الأخرى على تبني استراتيجيات تحسين جودة الخدمة مما يرفع من مستوى الأداء المؤسسي في القطاع المالي ككل.
- تقديم رؤى حول كيفية تعزيز الشراكات المؤسسية والاستفادة من الموارد البشرية والعمليات بشكل أكثر فعالية لتحقيق أهداف المؤسسة.

3.1 أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في الأداء المؤسسي في بنك الرياض، وتتفرع منه عدة أهداف فرعية:

- دراسة تأثير الاعتمادية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي
- دراسة تأثير الثقة كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي
- دراسة تأثير سرعة الاستجابة كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي
- دراسة تأثير الملموسية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي
- دراسة تأثير التعاطف كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي

تقديم توصيات محددة لبنك الرياض حول كيفية تحسين جودة الخدمة بأبعادها المختلفة لتحقيق أفضل أداء مؤسسي.

4.1 تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: هل هناك أثر لتحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في الأداء المؤسسي في بنك الرياض؟

وينبثق عن هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما هو تأثير الاعتمادية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي؟
- ما هو تأثير الثقة كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي؟
- ما هو تأثير سرعة الاستجابة كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي؟
- ما هو تأثير الملموسية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي؟
- ما هو تأثير التعاطف كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي؟

5.1 فروض الدراسة:

بناءً على ما تم عرضه من أهداف الدراسة ومشكلتها وأهميتها يمكننا تحديد فرضيات الدراسة من خلال فرضية رئيسية تتمثل في:

الفرضية الرئيسة الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في الأداء المؤسسي في بنك الرياض وينبثق عن هذه الفرضية عدد من الفرضيات هي كما يلي:

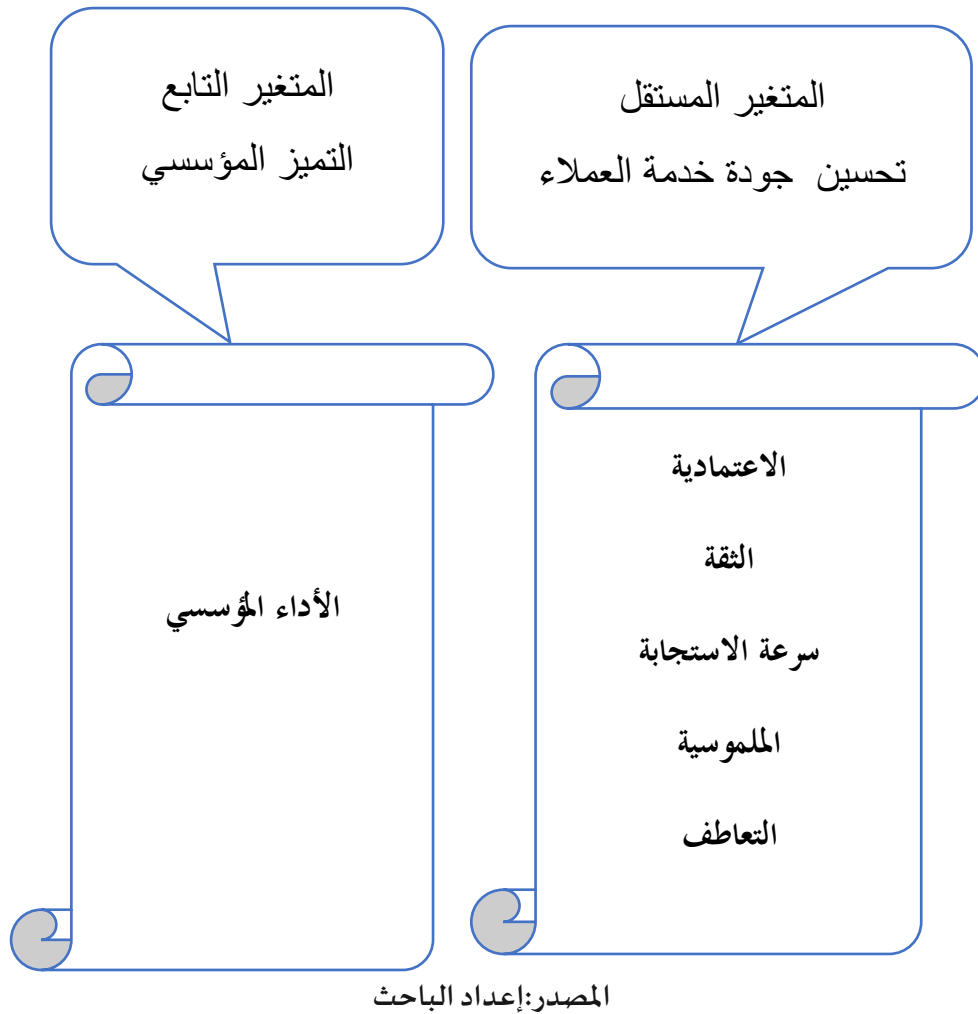
- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الاعتمادية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الثقة كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين سرعة الاستجابة كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الملموسية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين التعاطف كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

6.1 نموذج الدراسة

يهدف هذا النموذج إلى دراسة أثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) على التميز المؤسسي في مصرف الرياض محل البحث ويتضمن المتغيرات التالية:

- المتغير المستقل: تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف)
- المتغير التابع: التميز المؤسسي

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



7.1 الدراسات السابقة:

الدراسات العربية	
الدراسة	مرسي، (2022)
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إدارة المعرفة في تطوير الأداء المؤسسي في المؤسسات الحديثة
المتغير المستقل	إدارة المعرفة
المتغير التابع	تطوير الأداء المؤسسي

منهجية البحث	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي.
أهم النتائج والتوصيات	توصلت إلى عدد من النتائج تعلق بضرورة الأخذ بمدخل إدارة المعرفة في تطوير الأداء لما له من أثر إيجابي على كافة مستويات الأداء والخدمات التي تقدمها المؤسسات، وأوصت الدراسة بضرورة إدراك المؤسسات أهمية المعرفة وإدارة عملياتها والاهتمام برفع قيمتها بشكل مستمر، وتوفير كل الإمكانيات المحققة لذلك، مع التوجه إلى الأنظمة الإدارية اللامركزية ومنح وتفويض السلطات والاعتماد على الهيكل التنظيمي المرن بما يتلاءم والتطبيق الفعال لإدارة المعرفة. والاهتمام بتطوير البنى التحتية لتقنية المعلومات لتعزيز منافع المعرفة واستحداث إدارة خاصة للمعرفة تعمل على تنظيم عمليات المعرفة والرقابة والتطوير والمتابعة، واستحداث نظم للحوافز المعنوية والمادية مع محاولة ربطها بالترقية للمناصب الأعلى لتحفيز اهتمام القيادات الإدارية والعاملين على اكتشاف المعرفة وتطبيقها بما يفيد العمل. وكذا العمل على تعزيز وتنمية قدرات العاملين وتطويرها باستمرار، وضرورة العمل على تطبيق المعرفة المتاحة والمكتسبة والإفادة منها في المجالات الخاصة بها.
الدراسة	الحاج، و عبدالرحمن . (2020).
أهداف الدراسة	هدف البحث إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية في البنوك السعودية بالتطبيق على بنك الراجحي فرع جامعة الإمام بالمملكة العربية السعودية بالرياض. وعرض البحث أطواراً مفاهيمياً تضمن الخدمات المصرفية.
المتغير المستقل	جودة الخدمات المصرفية
المتغير التابع	الثقة والاعتمادية لدى العملاء

واعتمد البحث على المنهج الوصفي، والمسح الاجتماعي. وتمثلت أداة البحث في استمارة استبيان، وتم تطبيقها على عينة من العملاء، والبالغ قوامها (50) عميل.	منهجية البحث
وجاءت نتائج البحث مؤكدة على تأثير جوانب وأبعاد جودة الخدمة على إدراكات وتوقعات العملاء للموسمية الخدمة فيها، وتؤثر زيادة جودة الخدمة على درجة الثقة والاعتمادية لدى العملاء. وأوصى البحث بضرورة تفعيل تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالمصارف السعودية على الجودة، وتجويد الخدمات المصرفية، وتدريب العاملين بالمصارف السعودية على الجودة	أهم النتائج والتوصيات
أحمد، و خطاب، (2022).	الدراسة
هدفت الدراسة إلى تحليل أثر جودة خدمة الدفع عبر الموبايل على رضا العملاء في المصارف العاملة بالسودان..	أهداف الدراسة
جودة الخدمات المصرفية	المتغير المستقل
رضا العملاء لنظام الدفع	المتغير التابع
استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم صياغة خمسة فرضيات وهي عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة الدفع عبر الموبايل (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) على رضا العملاء. استخدم الباحثان الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وبلغت عينة الدراسة (150) من عملاء المصارف التي تقدم خدمة الدفع عبر الموبايل	منهجية البحث
توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها، وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الدفع عبر الموبايل على رضا العملاء، بالإضافة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التعاطف كأكبر بعد ذو أثر على رضا العملاء. كما أظهرت النتائج أن موظفو المصارف هم مصدر المعرفة بالخدمات المقدمة عبر الدفع بالموبايل، وأن خدمة تغذية الكهرياء هي الأكثر استخداماً بين العملاء. أوصت	أهم النتائج والتوصيات

الدراسة بضرورة التركيز على مؤشرات بعد التعاطف باعتباره أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا العملاء، كما أوصت الدراسة بإضافة خدمات أخرى علاوة على الخدمات الحالية وتفعيل الدفع عبر الموبايل للقطاع الحكومي، وزيادة الوعي والترويج لخدمات الدفع عبر الموبايل من خلال الموظفين والأدوات الأخرى.	
الدراسة	العساف، وأبوبكر. (2023).
أهداف الدراسة	سعت الدراسة الحالية على الكشف عن أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الأردنية: الدور المعدل الرأس المال البشري، حيث بلغ عددها ثلاثة عشر بنكاً تجارياً أردنياً، أما مجتمع الدراسة فقد تكون من العاملين في البنوك التجارية الأردنية وبلغ عددهم (16417) عاملاً، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية، تكونت من (378) موظفاً من جميع المستويات الإدارية.
المتغير المستقل	التحول الرقمي
المتغير التابع	جودة الخدمة المصرفية
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة في جمع البيانات من وحدة المعاينة. وللإجابة على أسئلة الدراسة وقياس مستوى موافقة المستجيبين على محتوى فقرات الإستبانة ثم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. وتم توظيف معامل الانحدار المتعدد لإختبار أثر التحول الرقمي بأبعاده على جودة الخدمة المصرفية بأبعادهما والانحدار المتعدد الهرمي لإختبار الدور المعدل الرأس المال البشري في تعديل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية.
أهم النتائج والتوصيات	أظهرت نتائج الدراسة توفر درجة تطبيق مرتفعة للتحول الرقمي في البنوك التي تم بحثها، وكذلك مستوى مرتفع من جودة الخدمة المصرفية، بالإضافة

الى اهتمام بدرجة مرتفعة براس المال البشري في البنوك . كما تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي بأبعاده تكنولوجيا المعلومات، الابتكار التكنولوجي، الموارد البشرية على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الاعتمادية، الاستجابة الأمان) بينما بعد العمليات) للتحول الرقمي لم يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها، كما بينت نتائج الدراسة أن رأس المال البشري عدل ايجابيا أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية. وخلصت الدراسة الى عدة توصيات أهمها : الإطلاع على التجارب العالمية الناجحة في مجال التحول المصرفي الرقمي، والمقارنات المرجعية في ذات الصناعة والممارسات الأفضل في المجالات الخدمية الأخرى، سعيا للوصول الى افضل مستوى من جودة الخدمات المصرفية.	
عبدالباقي، وزكي.(2020).	الدراسة
يهدف البحث إلى التعرف على مدى توافق جودة الخدمات المصرفية مع توقعات عملاء البنك، تحليل مدى مساهمة جودة الخدمة في إرضاء العملاء، توضيح اختلاف تقييمات عملاء البنك لجودة الخدمات المقدمة باختلاف بعض المتغيرات مثل سنوات التعامل وعدد مرات التعامل. تمثلت أهمية البحث في المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية ببحث ذا بعدين يوضح أهمية الجودة التسويقية بربط التسويق بالجودة، وأهمية جودة الخدمات المصرفية في جنب العملاء والاستفادة العملية للبنوك في هذا الجانب.	أهداف الدراسة
دور كفاءة العاملين	المتغير المستقل
جودة الخدمة المصرفية	المتغير التابع

منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واختبر البحث عدد من الفروض منها: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العاملين وجودة الخدمة المصرفية (خدمة العميل) حسب وجهة نظر العاملين، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خدمة العملاء وجنب العميل وجهة نظر العاملين، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العاملين وجنب العميل وجهة نظر العاملين.
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها لدى العاملين كفاءة عالية وهي بدورها تؤدي إلى الزيادة في جذب العملاء، وجود الخدمة المصرفية تؤدي إلى التحسين في كفاءة الأداء للعاملين، كفاءة العاملين تزيد جودة الخدمة العملاء وتجعلهم أكثر ارتباطاً تجاه المصرف، كفاءة العاملين تجعل الاستجابة لدى العملاء عالية تجاه المصرف. توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات شجع إدارة البنك والعاملين على معرفة التقنيات الحديثة، تكثيف وتفعيل التدريب الجيد والمواكبة التقنية والمستمر ليساعد في جنب العملاء، ضرورة مشاركة العاملين في وضع الخطط العامة للبنك، ضرورة حرص البنك على خلق مواسمة بين أهدافه وأهداف العاملين، الاهتمام بالأنظمة والإجراءات التنظيمية في البنك تدعم الإبداع وبالتالي ضمان استمرار جودة الخدمة والتي تحقق الأهداف العامة للبنك ، والسعي والعمل على أن تكون الترقيات على حسب تقييم الكفاءة.
الدراسة	عمري، وعمري. (2023).
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة التعرف إلى مكونات أخلاقيات العمل وأثرها على جودة الخدمة في البنوك التجارية لولاية تبسة.
المتغير المستقل	أخلاقيات العمل
المتغير التابع	جودة الخدمة

منهجية البحث	قام الباحثان باختيار أفراد الدراسة من العاملين في البنوك محل الدراسة، من مختلف المستويات الوظيفية، وزعت عليهم استمارة وتم التحقق من صدقها وثباتها، وتم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS واستخدام المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن هناك علاقة ارتباط وتأثير إحصائية موجبة ومرتفعة بين أبعاد أخلاقيات العمل وبين جودة الخدمة المصرفية بالبنوك محل الدراسة؛ وبناءً على نتائج البحث تم اقتراح مجموعة من التوصيات الهادفة إلى زيادة أخلاقيات العمل في تعزيز جودة الخدمة المصرفية بالبنوك محل الدراسة، أهمها العمل على ترسيخ مفاهيم جودة الخدمة لدى العاملين وإدراجها ضمن موثيق أخلاقيات العمل.
الدراسة	إبراهيم، والعزاوي. (2020).
أهداف الدراسة	يهدف البحث الحالي إلى اختبار مدى تأثير جودة الخدمة المتمثلة بأبعادها (الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الأمان والتعاطف) في إدارة علاقات الزبون، وقد تمثلت مشكلة البحث بقلّة اهتمام المصارف المبحوثة في تطبيق بعض أبعاد جودة الخدمة، وتنطلق أهمية البحث من أهمية الدور الذي تؤديه هذه الأبعاد في تحقيق أهداف المصارف المبحوثة من خلال مساهمتها في بناء علاقات متينة ودائمة مع زبائنهم
المتغير المستقل	جودة الخدمة
المتغير التابع	إدارة علاقات الزبون
منهجية البحث	تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار المصارف الأهلية في بغداد لتكون مجتمعاً للبحث وقد تم اختيار أربعة مصارف كعينة للبحث تمثلت بـ (المصرف المتحد للاستثمار والتنمية، مصرف كوردستان الدولي الإسلامي،

مصرف الجنوب الإسلامي، مصرف التعاون الإسلامي)، وقد بلغ حجم العينة المبحوثة (40) مبحوثا	
توصلت الباحثتان إلى مجموعة من الاستنتاجات، كان من أهمها وجود تأثيرا واضحا لجودة الخدمة في إدارة علاقات الزبون، والذي يبين أن الخدمات المميزة التي تسعى إدارة المصرف إلى تقديمها إلى زبائنها تسهم في خلق علاقات متينة بين الطرفين تكون مبنية على أساس الثقة المتبادلة، كما توصلت الباحثتان إلى مجموعة من التوصيات كان أهمها التركيز على جميع أبعاد جودة الخدمة من خلال إشراك العاملين لديها بدورات تدريبية وندوات علمية لتنمية ثقافتهم المعرفية بأهمية هذه الأبعاد في تعزيز عملية بناء علاقات متينة ودائمة مع زبائنها.	أهم النتائج والتوصيات
حبيطة، علي. (2022).	الدراسة
تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الاستراتيجية التسويقية على جودة الخدمات المصرفية بأبعادها الخمسة، بالمصارف محل الدراسة،	أهداف الدراسة
الاستراتيجية التسويقية	المتغير المستقل
جودة الخدمة المصرفية	المتغير التابع
ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان وجه للموظفين بالمصارف محل الدراسة وبلغ عددهم 45 موظف، ولاختبار مدى صحة الفرضيات التي طرحناها تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الأدوات الإحصائية للتحليل، اعتمادا على مخرجات برنامج spss	منهجية البحث
توصلت الدراسة إلى وجود تأثير للاستراتيجية التسويقية على جودة الخدمات المصرفية، كما أوصت الدراسة بضرورة تبني المفاهيم الحديثة للتسويق في المؤسسة من خلال تعزيز الاهتمام بتبني الاستراتيجية التسويقية.	أهم النتائج والتوصيات

الدراسة	<u>دراسة (الشاهين، 2023)،</u>
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة الى قياس أثر ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري في تحقيق تميز الاداء المؤسسي من خلال الدور الوسيط للإبداع التنظيمي لدى العاملين في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية.
المتغير المستقل	ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري
المتغير التابع	الاداء المؤسسي
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي التحليلي وهو من منهج يقوم على توظيف مجموعة من الادوات البحثية والاساليب الرياضية التي تساعد في جمع وتحليل وتنظيم البيانات وعرضها إحصائياً، ولكونه من أكثر المناهج ملائمة لموضوع الدراسة المتعلق بقياس أثر ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري على تحقيق تميز الاداء المؤسسي في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية.
أهم النتائج والتوصيات	أشارت نتائج التحليل إلى وجود أثر الاستراتيجيات رأس المال الفكري على تميز الاداء المؤسسي. كما وجد أثر الاستراتيجيات رأس المال الفكري على الابداع التنظيمي، وأشارت النتائج الى وجود أثر للمتغير الوسيط الابداع التنظيمي على تميز الاداء المؤسسي. حيث وجد أثر مباشر وغير مباشر لممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري على تميز الاداء المؤسسي بوجود الابداع التنظيمي كمتغير وسيط، كما أن مستوى الأداء المؤسسي واستراتيجيات رأس المال الفكري كان بدرجة متوسطة في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية، أما مستوى الابداع التنظيمي كان مرتفعاً.
الدراسة	<u>(الدغبي، 2019)،</u>
أهداف الدراسة	هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التمكين الإداري في التميز المؤسسي
المتغير المستقل	التمكين الإداري

المتغير التابع	التميز المؤسسي
منهجية البحث	وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب الحصر الشامل، وقد استخدمت الاستبانة وسيلة للحصول على البيانات. تم توزيع الاستبانة على العاملين في الوزارة بمختلف مستوياتهم الإدارية، وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (110) استبانات، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (106) استبانات، وقد استخدم عددا من الأساليب الإحصائية منها: الأساليب الوصفية، ومعاملات الارتباط، واختبار الانحدار الخطي المتعدد.
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لثلاثة متغيرات للتمكين الإداري، والمتمثلة: ب (تفويض الصلاحيات، والتدريب، والاتصال الفعال) في التميز المؤسسي في وزارة الشباب في الأردن، بينما باقي المتغيرات الأخرى لم تؤثر في التميز المؤسسي.
الدراسة	(عباس، 2022)،
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على المتطلبات التي يجب توافرها لتطبيق التميز المؤسسي بمدارس التربية الخاصة في جمهورية مصر العربية
المتغير المستقل	المتطلبات التي يجب توافرها لتطبيق التميز
المتغير التابع	التميز المؤسسي
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي.
أهم النتائج والتوصيات	وتوصلت الدراسة إلى إن درجة توفر متطلبات تطبيق معايير التميز المؤسسي بمدارس التربية الخاصة جاءت بدرجة ضعيفة لجميع محاور الاستبانة (الإدارة المؤسسية المتميزة، إدارة العمليات، إدارة المستفيدين، إدارة الموارد البشرية، التعليم والتعلم، إدارة العلاقات والموارد، إدارة العلاقات والموارد، المعلم المتميز، نتائج الأداء)، كما توصلت الدراسة إلى المتطلبات التي يجب توافرها لتطبيق التميز المؤسسي بمدارس التربية الخاصة في مصر وهي: توفير

بيئة مدرسية فاعلة ومتميزة وذات جودة عالية، وتوفر قوانين محفزة، ونشر ثقافة الجودة والتميز المؤسسي، وجود هيكل تنظيمي مرن وقيادة داعمة للتميز المؤسسي	
<u>(العوضي، 2020)،</u>	الدراسة
هدفت الدراسة إلى معرفة دور إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي بالشركات الدولية الكويتية.	أهداف الدراسة
إدارة المعرفة	المتغير المستقل
التميز المؤسسي	المتغير التابع
استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك من أجل بناء تأصيل علمي نظري في دراسته الموضوع أبعاد دور إدارة المعرفة في التميز المؤسسي بالشركات الدولية، كما أن منهجية البحث تعتمد على إجراء دراسة ميدانية من خلال عينة عشوائية، حيث يعتمد البحث الميداني على استخدام أداة قياس تتمثل في تطوير استبانة تتضمن عدد من الأبعاد هي إدارة المعرفة التنظيمية، إدارة المعرفة الوظيفية البشرية، إدارة معرفة العملاء التميز المؤسسي.	منهجية البحث
جاءت النتائج لتثبت عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وجود دور وتأثير بين إدارة المعرفة التنظيمية والتميز المؤسسي بالشركات الدولية الكويتية، كما اتضح وجود علاقة ارتباط ودور لإدارة المعرفة البشرية الوظيفية والتميز المؤسسي بالشركات الدولية الكويتية، علاقة ارتباط ودور لإدارة معرفة العملاء بالشركات الدولية الكويتية، وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).	أهم النتائج والتوصيات
<u>(علي، 2019)،</u>	الدراسة

أهداف الدراسة	هدف البحث إلى الكشف عن دور القيادة الأخلاقية في تحقيق التميز المؤسسي، بالقيام بدراسة حالة على شركة الشرق الأوسط لتكرير البترول "ميدور".
المتغير المستقل	دور القيادة الأخلاقية
المتغير التابع	التميز المؤسسي
منهجية البحث	واعتمد البحث على المنهج الوصفي لتحقيق هدفه. وجاءت أدوات البحث متمثلة في مقاييس القيادة الأخلاقية، ومقاييس التميز المؤسسي، واستمارة استقصاء.
أهم النتائج والتوصيات	خلص البحث بمجموعة من النتائج منها، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الإدارية الأربعة (الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة الإشرافية الوظائف النمطية)، وجاءت هذه الفروق لصالح الإدارة العليا، وذلك بالنسبة لمتغير التوجه الأخلاقي كأحد متغيرات سلوكيات القيادة الأخلاقية وهذا ما أظهره الوسط الحسابي. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الإدارية الأربعة (الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة الإشرافية الوظائف النمطية)، وجاءت هذه الفروق لصالح الإدارة العليا، وذلك بالنسبة لبعد الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القائد كأحد أبعاد المنظمات الأثرية لدى العاملين وهذا ما أظهره الوسط الحسابي
الدراسة	(Abo Naser, 2018)
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإعلان الإلكتروني على التميز المؤسسي في كلية فلسطين التقنية في دير البلح
المتغير المستقل	الإعلان الإلكتروني
المتغير التابع	التميز المؤسسي
منهجية البحث	اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي

أهم النتائج والتوصيات	، وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية بين الإعلان الإلكتروني والمتمثل في نوع الإعلان، خصائص الإعلان مدة الإعلان، طبيعة المواقع والتميز المؤسسي المتمثل في: (جودة الخدمة التميز القيادي في كلية فلسطين التقنية
الدراسة	Lebdaoui, H., & Chetioui, Y. (2020).
أهداف الدراسة	تهدف هذه الورقة إلى دراسة نموذج يستخدم جودة خدمة العملاء كآلية وسيطة في العلاقة بين ممارسات إدارة علاقات العملاء (CRM) والأداء المؤسسي في هيكلين بنكيين مختلفين: البنوك التقليدية والإسلامية. تركز الدراسة على الممارسات التنظيمية والتكنولوجية لإدارة علاقات العملاء، حيث تم إثبات أن كلاهما يعدان حاسمين لنجاح إدارة علاقات العملاء.
المتغير المستقل	إدارة علاقات العملاء
المتغير التابع	الأداء المؤسسي
المتغير الوسيط	جودة خدمة العملاء
منهجية البحث	اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	كشفت النتائج أن المقاييس الموضوعية والذاتية تحقق عمومًا نتائج متشابهة ، على الرغم من أننا اختبرنا نموذجًا ذا صلة مع تأثيرات غير مباشرة، فقد قمنا بتضمين متغير وسيط واحد فقط، وهو جودة خدمة العملاء. هناك متغيرات أخرى يمكن أن تؤثر على النتائج، لا سيما حجم البنك، جنس مستخدمي إدارة علاقات العملاء، مدة استخدام إدارة علاقات العملاء وعوامل أخرى ينبغي تضمينها في الدراسات المستقبلية.

8.1 أوجه التشابه مع الدراسات السابقة:

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة جوانب رئيسية. أولاً، تعتمد معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تستخدم أدوات مثل الاستبيانات لجمع البيانات وتحليلها، مثل دراسات مرسى (2022)، أحمد وخطاب (2022)، والعساف وأبو بكر (2023). هذا المنهج يساعد في فهم العلاقة بين المتغيرات وتأثيرها على الأداء المؤسسي، كما تركز العديد من الدراسات السابقة على موضوع جودة الخدمة وأثرها على مختلف الجوانب المؤسسية. على سبيل المثال، دراسة الحاج وعبدالرحمن (2020) تناولت جودة الخدمات المصرفية وأثرها على الثقة والاعتمادية لدى العملاء، ودراسة أحمد وخطاب (2022) ركزت على جودة خدمة الدفع عبر الموبايل وأثرها على رضا العملاء. هذه الدراسات تسلط الضوء على أهمية جودة الخدمة في تحسين تجربة العملاء وتعزيز الأداء المؤسسي، و تتناول العديد من الدراسات السابقة مفهوم الأداء المؤسسي وكيفية تحسينه. دراسات مثل مرسى (2022) التي ركزت على دور إدارة المعرفة في تطوير الأداء المؤسسي، ودراسة الشاهين (2023) التي تناولت أثر رأس المال الفكري على تميز الأداء المؤسسي، تعزز من فهمنا لكيفية تحسين الأداء المؤسسي من خلال مختلف العوامل والمتغيرات.

9.1 أوجه الاختلاف:

رغم وجود العديد من أوجه التشابه، هناك بعض الاختلافات الجوهرية بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة. أولاً، تركيز الدراسة الحالية على تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها المختلفة (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها الشامل على الأداء المؤسسي في بنك الرياض، يُعد موضوعاً فريداً لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الدراسات السابقة. بينما ركزت الدراسات السابقة على متغيرات أخرى مثل إدارة المعرفة، التحول الرقمي، والإعلان الإلكتروني، لم تركز أي منها بشكل مباشر على تحسين جودة خدمة العملاء وتأثيرها الشامل على الأداء المؤسسي، السياق الجغرافي والمؤسسي للدراسة الحالية يميزها عن الدراسات السابقة. يتم تطبيق الدراسة على بنك الرياض في المملكة العربية السعودية، مما يضيف بُعداً محلياً مهماً لم يُدرس بشكل مكثف في الدراسات السابقة التي تناولت بنوكاً ومؤسسات في سياقات جغرافية مختلفة مثل الأردن والسودان والكويت. هذا التركيز المحلي يمكن أن يقدم رؤى وتوصيات أكثر دقة للبنوك

في المنطقة ، تتناول الدراسة الحالية الأبعاد التفصيلية للأداء المؤسسي مثل القيادة، الاستراتيجيات، السياسات، الموارد البشرية، الشراكات، الموارد، والعمليات. هذا البُعد الشامل والمفصل يميز الدراسة عن الدراسات السابقة التي غالبًا ما ركزت على جوانب معينة من الأداء المؤسسي دون النظر إلى كل هذه الأبعاد مجتمعة، تهتم الدراسة الحالية بتكامل الأبعاد المختلفة لجودة الخدمة وتأثيرها الشامل على الأداء المؤسسي، مما يميزها عن الدراسات التي تناولت تأثير بُعد واحد فقط من أبعاد جودة الخدمة. هذه النظرة التكاملية يمكن أن توفر فهمًا أكثر شمولية وفعالية لكيفية تحسين الأداء المؤسسي من خلال تحسين جودة الخدمة.

10.1 الفجوة البحثية:

تتمثل الفجوة البحثية في الدراسة الحالية في التركيز على العلاقة بين تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها المختلفة والأداء المؤسسي في بنك الرياض، وهي موضوع لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الدراسات السابقة. حيث إن الدراسات السابقة قد تناولت موضوعات مثل إدارة المعرفة، وجودة الخدمات المصرفية، والتحول الرقمي، والقيادة الأخلاقية، وتأثيرها على الأداء المؤسسي في سياقات مختلفة. إلا أن البحث في كيفية تحسين جودة خدمة العملاء بوظائفها الفنية والوظيفية وتأثيرها على جميع أبعاد الأداء المؤسسي في بنك الرياض لم يكن موضوعًا رئيسيًا في تلك الدراسات، مما يترك فجوة تحتاج إلى الاستكشاف والتحليل.

11.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

جودة الخدمة: تشير جودة الخدمة إلى مدى تلبية توقعات واحتياجات العملاء من خلال تقديم خدمة متميزة. تعتمد جودة الخدمة على مجموعة من الأبعاد التي تسهم في تحسين تجربة العملاء ورضاهم. في هذه الدراسة، يتم التركيز على بعدين رئيسيين لجودة الخدمة:

- **الجودة الوظيفية:** تشير إلى الجوانب العملية والتنفيذية للخدمة المقدمة، مثل مهارات الموظفين، كفاءتهم، وسرعة استجابتهم. تشمل الجودة الوظيفية قدرة الموظفين على أداء وظائفهم بكفاءة وفعالية، وتقديم الخدمة بطريقة تلي توقعات العملاء.

- **الجودة الفنية:** تشير إلى الجوانب التقنية والفنية للخدمة، مثل دقة المعلومات، موثوقية الخدمة، والأدوات والتقنيات المستخدمة. تشمل الجودة الفنية تقديم خدمة ذات جودة عالية من الناحية الفنية، وضمان موثوقية ودقة العمليات والخدمات المقدمة.

12.1 تعريف التميز المؤسسي بأبعاده:

- التميز المؤسسي:** يشير التميز المؤسسي إلى قدرة المؤسسة على تحقيق أداء عالٍ ومتميز يتفوق على المنافسين ويحقق رضا العملاء والمستفيدين. يعتمد التميز المؤسسي على مجموعة من الأبعاد التي تسهم في تحقيق الأداء المتميز. في هذه الدراسة، يتم التركيز على الأبعاد التالية:
- **القيادة:** تشير إلى دور القيادة الفعالة في توجيه المؤسسة نحو تحقيق أهدافها. تشمل القيادة وضع رؤية واستراتيجيات واضحة، وتحفيز الموظفين، واتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تسهم في تحسين الأداء المؤسسي.
 - **الاستراتيجيات والسياسات:** تشير إلى الخطط والسياسات التي تعتمدها المؤسسة لتحقيق أهدافها. تشمل الاستراتيجيات والسياسات وضع خطط طويلة الأمد، وتحديد الأهداف والموارد المطلوبة لتحقيقها، وضمان التزام المؤسسة بتنفيذ هذه الخطط بشكل فعال.
 - **الموارد البشرية:** تشير إلى دور الموظفين وكفاءتهم في تحقيق الأداء المتميز. تشمل الموارد البشرية تطوير مهارات ومعارف الموظفين، وتوفير بيئة عمل محفزة، وضمان تحقيق رضا الموظفين وتعزيز التزامهم بأهداف المؤسسة.
 - **الشراكات والموارد:** تشير إلى قدرة المؤسسة على بناء شراكات استراتيجية واستخدام الموارد المتاحة بشكل فعال. تشمل الشراكات التعاون مع الجهات الخارجية، والاستفادة من الموارد المالية والمادية بشكل يحقق أفضل النتائج.
 - **العمليات:** تشير إلى الإجراءات والعمليات التي تتبعها المؤسسة لتحقيق أهدافها. تشمل العمليات تحسين الكفاءة التشغيلية، وتبسيط الإجراءات، وضمان تقديم خدمات عالية الجودة.

13.1 المنهجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملائماً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

14.1 مصادر جمع البيانات

➤ أولاً: المصادر الثانوية:

سعى الباحث في القيام بجمع المعلومات التي يحتاجها لإجراء هذه الدراسة بالعودة الى المصادر، والمتمثلة في الكتب والبحوث العربية والأجنبية المتعلقة بمتغيراتها.

➤ ثانياً: المصادر الأولية:

سيتم اعتماد الباحث في الحصول على البيانات الأولية الاستبانة والتي تم تطويرها لهذا الغرض بعد مراجعة العديد من الدراسات السابقة، وتضمنت الاستبانة عدداً من الفقرات التي تساعد في الإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، كما تعكس متغيرات الدراسة، المتغير المستقل أثر تحسين جودة

خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) و المتغير التابع التميز المؤسسي في مصرف الرياض .

15.1 أدوات الدراسة .:

سيتم تصميم استبيان موجه للموظفين والعملاء في بنك الرياض لقياس جودة الخدمة وتأثيرها على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

وتكونت استمارة الاستبيان من ثلاث اقسام يتضمن القسم الأول البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، مستوى التعليم، سنوات الخبرة) ويشتمل القسم الثاني علي العبارات المتعلقة بمحور جودة خدمة العملاء ويتضمن خمس ابعاد وهي (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسة، التعاطف) ويشتمل على 27 عبارة ويشتمل القسم الثالث علي العبارات المتعلقة بمحور الأداء المؤسسي ويشتمل على 11 عبارة وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات في الإجابة على عبارات الدراسة

16.1 حدود الدراسة :

- **حدود موضوعية :** اقتصرت الدراسة على معرفة أثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) على التميز المؤسسي في مصرف الرياض
- **حدود مكانية:** اقتصرت الدراسة على مصرف الرياض بالمملكة العربية السعودية.
- **حدود زمانية:** اقتصرت الدراسة خلال العام الدراسي 2024م.

الفصل الثاني: الاطار النظري

تمهيد:

تعد جودة خدمة العملاء من العناصر الحاسمة في تعزيز الأداء المؤسسي، إذ تلعب دوراً محورياً في تحقيق الرضا والولاء لدى العملاء، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي والتشغيلي للمؤسسة، في السياق المصري، يصبح هذا الأمر أكثر أهمية نظراً لتزايد التنافسية وتنوع توقعات العملاء بنك الرياض، باعتباره إحدى المؤسسات المالية الرائدة في المملكة العربية السعودية، يمثل نموذجاً مناسباً لدراسة تأثير تحسين جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي.

تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى تحليل العلاقة بين تحسين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي في بنك الرياض سيتم استخدام مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية لقياس جودة الخدمة، مثل سرعة الاستجابة، دقة المعلومات، وفعالية الحلول المقدمة للعملاء، كما ستتم دراسة تأثير هذه العوامل على الأداء المؤسسي من خلال مؤشرات مثل رضا العملاء، ولاء العملاء، ونمو الأرباح. (سعيد، 2022)

سيتضمن التحليل أيضاً تقييم استراتيجيات البنك في تحسين جودة الخدمة، بما في ذلك التدريب المستمر للموظفين، تبني التكنولوجيا الحديثة، وتطبيق معايير الجودة العالمية سيتم جمع البيانات من خلال استبيانات ومقابلات مع العملاء والموظفين، بالإضافة إلى تحليل السجلات الداخلية للبنك وتقارير الأداء.

من خلال هذه الدراسة، نتطلع إلى تقديم فهم عميق للعلاقة بين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي، وتقديم توصيات مبنية على الأدلة لتعزيز هذه العلاقة يمكن أن تساهم هذه النتائج في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين خدمة العملاء، ليس فقط في بنك الرياض، بل في مؤسسات مالية أخرى تسعى لتحقيق التميز في هذا المجال.

تُعد هذه الدراسة مساهمة علمية تهدف إلى تقديم رؤى عملية ومبنية على الأدلة لدعم المؤسسات المالية في تحسين أداؤها وتعزيز رضا عملائها، مما ينعكس إيجابًا على النمو والاستدامة المؤسسية. (الناصر، 2022)

ومن ثم يتم تقسيم هذا الإطار على المبحثين على النحو التالي:

- المبحث الأول: تحسين جودة خدمة العملاء
- المبحث الثاني: الأداء المؤسسي

المبحث الأول: تحسين جودة خدمة العملاء

تمهيد:

في عالم الأعمال المعاصر، أصبحت خدمة العملاء محوراً استراتيجياً لا يمكن تجاهله لتحقيق التميز والتفوق التنافسي. تعد جودة خدمة العملاء عاملاً حاسماً في بناء ولاء العملاء، وتعزيز سمعة المؤسسة، وزيادة الميزة التنافسية، تتزايد توقعات العملاء باستمرار، مما يفرض على المؤسسات تحسين خدماتها وتقديم تجارب متميزة تلي احتياجات وتطلعات العملاء بفعالية.

تحسين خدمة العملاء يتطلب نهجاً شاملاً يجمع بين عدة عناصر رئيسية، منها تدريب وتطوير مهارات الموظفين، تبني التكنولوجيا الحديثة لتحسين التفاعل مع العملاء، وتحليل ملاحظات العملاء باستمرار لتحسين العمليات والخدمات المقدمة، كما يتطلب تبني ثقافة مؤسسية تركز على العميل، حيث يصبح الاهتمام برضا العملاء جزءاً من قيم المؤسسة وأهدافها الاستراتيجية. (المطيري، 2020)

من خلال تحسين خدمة العملاء، يمكن للمؤسسات تحقيق مجموعة من الفوائد الهامة، منها زيادة رضا العملاء، تعزيز الولاء، وتقليل معدلات الشكاوى والاستياء بالإضافة إلى ذلك، يساهم تحسين خدمة العملاء في جذب عملاء جدد من خلال التوصيات الإيجابية وتجارب العملاء الجيدة، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي والتشغيلي للمؤسسة.

في ضوء ذلك، تصبح خدمة العملاء عاملاً محورياً لتحقيق النمو والاستدامة تتطلب هذه الجهود تبني استراتيجيات متكاملة تركز على فهم وتلبية احتياجات العملاء، وتقديم قيمة مضافة في كل نقطة تفاعل من خلال هذه الجهود، يمكن للمؤسسات تحقيق مستويات عالية من الرضا والولاء، وبالتالي تحقيق النجاح المستدام في بيئة أعمال تتسم بالتغيير المستمر والتنافسية العالية. (شعيب، 2021)

1.1.2 تعريف تحسين خدمة العملاء:

تحسين جودة خدمة العملاء هو أحد المفاهيم الرئيسية التي تحظى بأهمية بالغة في عالم الأعمال اليوم، نظراً لتأثيره المباشر على رضا العملاء وولائهم وبالتالي على نجاح المؤسسة، تتعدد تعريفات تحسين جودة خدمة العملاء وفقاً للسياق الذي تُستخدم فيه. (سعيد، 2022)

يمكن تعريف تحسين جودة خدمة العملاء على أنه العملية المستمرة لتطوير مهارات وقدرات الموظفين المعنيين بخدمة العملاء، بهدف تقديم خدمة تتجاوز توقعات العملاء يشمل هذا التعريف تبني سياسات تدريبية منتظمة تهدف إلى تعزيز قدرات الموظفين على التعامل مع مختلف أنواع العملاء والمواقف.

تحسين جودة خدمة العملاء هو سلسلة من الإجراءات الاستراتيجية التي تتخذها المؤسسة بهدف تحسين تجربتها التفاعلية مع العملاء، يتضمن ذلك تطوير العمليات الداخلية، مثل تحسين نظام إدارة الشكاوى والاستفسارات، وتبني تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات العملاء وتقديم خدمات مخصصة تلبي احتياجاتهم الفردية. (باحميد، 2017)

يشير تحسين جودة خدمة العملاء إلى الجهود التي تبذلها المؤسسة لضمان رضا العملاء من خلال تقديم خدمات عالية الجودة، يشمل ذلك قياس مستوى رضا العملاء بانتظام عبر استطلاعات الرأي واستبيانات التغذية الراجعة، ومن ثم استخدام هذه البيانات لتحديد نقاط القوة والضعف في الخدمة المقدمة والعمل على تحسينها باستمرار.

يُعرف تحسين جودة خدمة العملاء بأنه عملية تحقيق توازن مثالي بين التكنولوجيا والتفاعل البشري لتقديم خدمة متكاملة وشاملة، على سبيل المثال، يمكن أن تستفيد المؤسسات من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وأدوات التحليل المتقدمة لتحسين سرعة الاستجابة ودقة المعلومات المقدمة، مع الحفاظ على الطابع الإنساني في التعامل مع العملاء. (اسماعيل، 2021)

تحسين جودة خدمة العملاء هو التزام المؤسسة بتقديم تجربة مميزة للعملاء في كل نقطة تفاعل، يتطلب هذا الالتزام تبني ثقافة مؤسسية تضع العميل في قلب كل قرار واستراتيجية، مما يعني أن جميع موظفي المؤسسة، بغض النظر عن أدوارهم، مدعوون للمساهمة في تحسين تجربة العميل.

يعني تحسين جودة خدمة العملاء أيضاً القدرة على التكيف مع متغيرات السوق واحتياجات العملاء المتغيرة، يشمل ذلك تقديم خدمات جديدة وتحديث الخدمات الحالية بناءً على ملاحظات العملاء والاتجاهات السوقية، لضمان بقاء المؤسسة في مقدمة المنافسة وتلبية تطلعات العملاء بفعالية. (الناصر، 2022)

يمكن تعريف تحسين جودة خدمة العملاء على أنه عملية شاملة لتحسين كل جانب من جوانب التفاعل مع العميل، بدءاً من البنية التحتية التقنية، مروراً بالإجراءات والسياسات الداخلية، وصولاً إلى التواصل المباشر مع العملاء، يهدف هذا التحسين الشامل إلى تقديم تجربة سلسة ومرضية تساهم في تعزيز ولاء العملاء ورفع معدلات الاحتفاظ بهم.

تتفق هذه التعريفات جميعها على أن تحسين جودة خدمة العملاء هو عملية متعددة الأبعاد تتطلب جهوداً متواصلة واستراتيجيات مبتكرة من خلال التركيز على تطوير المهارات، تحسين العمليات، تبني التكنولوجيا، والتفاعل البشري، يمكن للمؤسسات تحقيق مستويات عالية من رضا العملاء وولائهم، مما ينعكس إيجاباً على أدائها المؤسسي والمالي.

2.1.2 أهمية تحسين جودة خدمة العملاء:

تحسين خدمة العملاء له أهمية كبيرة وتأثير عميق على مختلف جوانب المؤسسة، مما يجعله عنصراً حيوياً في تحقيق النجاح والاستدامة، فيما يلي بعض النقاط التي توضح أهمية تحسين خدمة العملاء: (البيب، 2021)

(1) زيادة رضا العملاء وولائهم:

تحسين خدمة العملاء يسهم بشكل مباشر في زيادة رضا العملاء عندما يحصل العملاء على خدمة متميزة تلي توقعاتهم أو تفوقها، يصبحون أكثر ولاءً للمؤسسة هذا الولاء يؤدي إلى تعزيز العلاقة بين العميل والمؤسسة، وزيادة احتمالية استمرار العميل في استخدام خدماتها أو منتجاتها.

(2) تعزيز السمعة المؤسسية:

تُعد سمعة المؤسسة من الأصول غير الملموسة التي لا تُقدر بثمن. تحسين جودة خدمة العملاء يعزز من سمعة المؤسسة في السوق، حيث أن العملاء الراضين يميلون إلى مشاركة تجاربهم الإيجابية مع الآخرين هذه السمعة الجيدة تجذب المزيد من العملاء المحتملين وتزيد من قاعدة العملاء.

(3) زيادة الميزة التنافسية:

في الأسواق المتنافسة، تعتبر خدمة العملاء المتميزة واحدة من العوامل الحاسمة التي تميز مؤسسة عن أخرى، تحسين جودة الخدمة يمكن أن يكون ميزة تنافسية قوية، تساهم في جذب العملاء من المنافسين الذين قد لا يقدمون نفس المستوى من الخدمة.

(4) تحسين الأداء المالي:

رضا العملاء وزيادة ولائهم يؤديان بشكل طبيعي إلى تحسين الأداء المالي للمؤسسة العملاء الراضون يميلون إلى القيام بمزيد من عمليات الشراء، كما أن تكلفة الاحتفاظ بعميل قديم أقل بكثير من تكلفة جذب عميل جديد. بذلك، يساهم تحسين خدمة العملاء في زيادة الإيرادات والأرباح.

(5) تقليل معدلات الشكاوى والنزاعات:

تقديم خدمة عالية الجودة يقلل من احتمالية حدوث شكاوى ونزاعات بين العملاء والمؤسسة هذا لا يؤدي فقط إلى رضا العملاء، بل يقلل أيضاً من التكاليف المرتبطة بحل الشكاوى والنزاعات.

(6) زيادة الفعالية التشغيلية:

تحسين خدمة العملاء يتطلب تحسين العمليات الداخلية وتبني تقنيات جديدة هذه التحسينات لا تؤدي فقط إلى تقديم خدمة أفضل للعملاء، بل تعزز أيضًا الفعالية التشغيلية للمؤسسة من خلال تسهيل الإجراءات وتوفير الوقت والموارد.

(7) تعزيز الابتكار والتحسين المستمر:

التركيز على تحسين خدمة العملاء يدفع المؤسسة نحو الابتكار والتحسين المستمر من خلال الاستماع لملاحظات العملاء واستيعاب احتياجاتهم، يمكن للمؤسسة تطوير منتجات وخدمات جديدة تلبية تطلعات العملاء بشكل أفضل، مما يدفع عجلة الابتكار والتطور. (ابراهيم، 2020)

(8) تحسين علاقة المؤسسة مع الموظفين:

عندما تكون خدمة العملاء جزءًا أساسيًا من ثقافة المؤسسة، يشعر الموظفون بأهمية أدوارهم وبأنهم جزء من نجاح المؤسسة هذا الشعور بالانتماء يعزز من رضا الموظفين وإنتاجيتهم، مما ينعكس إيجابًا على مستوى الخدمة المقدمة للعملاء.

ومما سبق يرى الباحث أن تحسين خدمة العملاء ليس مجرد خيار بل هو ضرورة لتحقيق النجاح المستدام في بيئة الأعمال الحالية من خلال التركيز على تحسين جودة الخدمة، تستطيع المؤسسات تعزيز علاقتها مع عملائها، تحسين سمعتها، وزيادة أرباحها، وبالتالي تحقيق أهدافها الاستراتيجية على المدى الطويل.

3.1.2 أهداف تحسين جودة خدمة العملاء:

تحسين جودة خدمة العملاء هو هدف تسعى إليه العديد من المؤسسات لتحقيق مجموعة من النتائج الإيجابية التي تؤثر على مختلف جوانب عملها. يكمن الهدف الأساسي في زيادة رضا العملاء من خلال تقديم خدمات تلبي توقعاتهم أو تفوقها، مما يساهم في بناء علاقات قوية ومستدامة معهم. (أحمد ، 2022)

تعزيز ولاء العملاء يأتي كهدف ثانوي لكنه لا يقل أهمية، حيث يسعى إلى جعل العملاء يكررون تعاملهم مع المؤسسة ويوصون بها للآخرين، مما يعزز قاعدة العملاء المستدامة.

بالإضافة إلى ذلك، تحسين جودة الخدمة يساهم في تحسين سمعة المؤسسة في السوق، حيث تكون السمعة الجيدة عاملاً جاذباً لعملاء جدد ومحافظاً على العملاء الحاليين، مما يعزز مكانتها التنافسية، من خلال تحسين الأداء المالي، تسعى المؤسسات إلى زيادة الإيرادات وتقليل التكاليف المرتبطة باكتساب عملاء جدد ومعالجة الشكاوى، وذلك عبر تقديم خدمة تتجاوز توقعات العملاء وتقلل من معدلات الشكاوى والنزاعات.

كما أن تعزيز الابتكار والتحسين المستمر يعد هدفاً محورياً، حيث يساهم في تطوير خدمات ومنتجات جديدة تلبي احتياجات السوق المتغيرة، مستفيدين من ملاحظات العملاء وتطلعاتهم.

تحسين الفعالية التشغيلية يعتبر أيضاً جزءاً من هذه الجهود، إذ يتطلب تحسين العمليات الداخلية وتبني تقنيات جديدة لزيادة الكفاءة وتقليل التكاليف التشغيلية بالإضافة إلى ذلك، تحسين علاقة المؤسسة مع الموظفين يلعب دوراً كبيراً في تعزيز رضاهم وزيادة إنتاجيتهم، حيث يشعر الموظفون بأنهم جزء من مؤسسة تهتم برضا العملاء وتقديم خدمة متميزة. (لرملوي، 2021)

تهدف المؤسسات إلى تحقيق الاستدامة من خلال بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتحسين جودة الخدمة باستمرار، مما يضمن استمرار دعم العملاء للمؤسسة على المدى الطويل بهذا، يصبح تحسين جودة خدمة العملاء عملية شاملة تهدف إلى تحقيق التميز والريادة في بيئة الأعمال الديناميكية والمتغيرة باستمرار.

4.1.2 معوقات تحسين جودة خدمة العملاء:

تحسين جودة خدمة العملاء هو هدف حيوي تسعى إليه العديد من المؤسسات، ولكن هناك العديد من المعوقات التي قد تعرقل تحقيق هذا الهدف من أبرز هذه المعوقات، يمكن الإشارة إلى نقص

التدريب والتطوير المناسب للموظفين، عدم توفير التدريب الكافي للموظفين قد يؤدي إلى نقص في مهارات التعامل مع العملاء وفهم احتياجاتهم، مما يؤثر سلباً على جودة الخدمة المقدمة.

علاوة على ذلك، تفتقر بعض المؤسسات إلى الموارد التكنولوجية الحديثة التي تساعد في تحسين خدمة العملاء استخدام أنظمة قديمة أو غير فعالة يمكن أن يعوق قدرة المؤسسة على تقديم خدمة سريعة ودقيقة، مما يؤدي إلى تجربة عميل غير مرضية، إن عدم الاستثمار في التكنولوجيا المناسبة يمكن أن يكون عائقاً كبيراً في تحقيق تحسين ملموس في جودة الخدمة. (الشاهين، 2023)

أيضاً، يمكن أن تشكل عمليات العمل الداخلية المعقدة أو غير المتناسقة معوقاً آخر عندما تكون العمليات غير منظمة أو تعاني من نقص في التنسيق بين الأقسام المختلفة، قد يؤدي ذلك إلى تأخير في استجابة المؤسسة لاحتياجات العملاء أو تكرار الأخطاء، مما يؤثر سلباً على تجربة العملاء.

ضعف التواصل الداخلي بين فرق العمل يمكن أن يكون له تأثير سلبي على تحسين جودة خدمة العملاء عندما لا يكون هناك تنسيق فعال وتبادل للمعلومات بين الفرق المختلفة، قد تواجه المؤسسة صعوبة في تقديم خدمة متكاملة وموحدة، مما يؤدي إلى عدم رضا العملاء.

تعد مقاومة التغيير داخل المؤسسة أحد العوائق أيضاً قد يواجه الموظفون أو الإدارة صعوبة في قبول التغييرات الجديدة في أساليب العمل أو تقنيات تقديم الخدمة، مما يعيق تنفيذ استراتيجيات تحسين خدمة العملاء بشكل فعال، تغيير ثقافة المؤسسة وتقديم تدريب مستمر يمكن أن يكون تحدياً، لكنه ضروري لتحقيق التحسين المستدام. (شعيب، 2021)

كما أن نقص في دعم القيادة يمكن أن يكون عقبة كبيرة إذا لم تكن القيادة ملتزمة بتقديم الدعم اللازم لجهود تحسين خدمة العملاء، من خلال توفير الموارد والميزانية والاهتمام الاستراتيجي، فقد يكون من الصعب تحقيق تقدم ملحوظ في هذا المجال.

في النهاية، تحسين جودة خدمة العملاء يتطلب تجاوز هذه المعوقات من خلال استثمار في التدريب، تبني التكنولوجيا الحديثة، تحسين العمليات الداخلية، تعزيز التواصل الداخلي، دعم القيادة،

واستعداد المؤسسة لتغيير ثقافتها من خلال التعامل مع هذه التحديات بشكل فعال، يمكن للمؤسسات تحقيق تحسينات ملموسة في جودة الخدمة المقدمة وتعزيز رضا العملاء بشكل مستدام. (الناصر، 2022)

5.1.2 طرق التغلب على معوقات تحسين جودة خدمة العملاء:

تواجه المؤسسات تحديات متعددة في مساعيها لتحسين جودة خدمة العملاء، ولكن هناك استراتيجيات فعّالة للتغلب على هذه المعوقات وتحقيق نتائج ملموسة، تبدأ الخطوة الأولى في التغلب على هذه المعوقات من خلال توفير التدريب والتطوير المستمر للموظفين من خلال تقديم دورات تدريبية منتظمة وبرامج تعليمية، يمكن للموظفين اكتساب المهارات اللازمة للتعامل بكفاءة مع مختلف الحالات والمواقف، مما يعزز قدرتهم على تلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل. (عمري، 2023)

بالإضافة إلى ذلك، يعتبر الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة أحد الأساليب الرئيسية لتحسين جودة الخدمة من خلال تبني أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) الحديثة، وتحليل البيانات، وأدوات الدعم التكنولوجية، يمكن للمؤسسات تحسين سرعة وكفاءة استجاباتها، وتقديم خدمة أكثر دقة وفعالية هذه الأدوات تتيح للمؤسسات جمع وتحليل البيانات الخاصة بالعملاء، مما يساعد في تخصيص الخدمة وتلبية احتياجاتهم بشكل أكثر فعالية.

كما أن علاج مشكلة العمليات الداخلية المعقدة يتطلب مراجعة وتحسين الإجراءات المتبعة من خلال تبسيط العمليات وتنسيقها بين الأقسام المختلفة، يمكن تقليل التأخيرات والأخطاء، مما يؤدي إلى تحسين تجربة العملاء، يمكن أيضاً استخدام منهجيات إدارة الجودة الشاملة مثل Six Sigma أو Lean لتحديد وتحسين المناطق التي تعاني من الكفاءة المنخفضة. (مرسي، 2022)

تحسين التواصل الداخلي بين فرق العمل هو أمر حيوي أيضاً من خلال تعزيز قنوات التواصل وتوفير أدوات لتبادل المعلومات بشكل فعال، يمكن تحسين التنسيق بين الفرق المختلفة، عقد اجتماعات دورية وورش عمل تركز على تبادل الأفكار وتحديث المعلومات يساعد في ضمان أن جميع الموظفين يعملون نحو تحقيق الأهداف المشتركة.

مقاومة التغيير يمكن التغلب عليها من خلال قيادة التغيير بشكل فعال يتطلب ذلك توجيه الموظفين وإشراكهم في عملية التغيير، وإبراز فوائد التحسينات الجديدة، وتقديم الدعم الكامل لهم أثناء فترة الانتقال، كما أن توفير حوافز ومكافآت للموظفين الذين يساهمون بشكل إيجابي في تحسين جودة الخدمة يمكن أن يعزز من قبول التغيير.

وأخيراً، دعم القيادة هو عنصر أساسي في تحقيق النجاح في تحسين جودة خدمة العملاء يتطلب ذلك أن تكون القيادة ملتزمة بتوفير الموارد اللازمة، وتحديد الأهداف الاستراتيجية، وتقديم الدعم الكامل للمبادرات التي تهدف إلى تحسين جودة الخدمة. يجب أن تكون القيادة نموذجاً يحتذى به في الالتزام بالجودة والاهتمام بالعملاء، مما يشجع جميع أعضاء الفريق على تبني نفس القيم والممارسات. (الناصر، 2022)

ومما سبق يرى الباحث أنه بتطبيق هذه الاستراتيجيات، يمكن للمؤسسات التغلب على معوقات تحسين جودة خدمة العملاء وتحقيق تحسينات ملحوظة في تجربة العملاء، مما يعزز رضاهم وولائهم ويساهم في تحقيق النجاح المستدام للمؤسسة.

6.1.2 أبعاد تحسين جودة خدمة العملاء:

تحسين جودة الخدمة هو عملية متعددة الأبعاد تهدف إلى تقديم تجربة متميزة للعملاء، فيما يلي نظرة على الأبعاد الخمسة الرئيسية لتحسين جودة الخدمة: (سعيد، 2022)

(1) الاعتمادية

الاعتمادية تشير إلى قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة الموعودة بشكل دقيق ومستمر تعني الاعتمادية أن العملاء يمكنهم الوثوق بأن الخدمة ستتم كما هو مخطط لها، دون أخطاء أو تأخير لتحقيق الاعتمادية، يجب على المؤسسات:

- تطوير إجراءات تشغيل قياسية تضمن الجودة.
- التدريب المستمر للموظفين لضمان اتساق الخدمة.

- تطبيق نظام مراقبة وتحسين دوري للكشف عن وتحسين أي خلل.

(2) الثقة

الثقة تعني قدرة المؤسسة على بناء علاقة مبنية على النزاهة والصدق مع العملاء، كما أن العملاء يميلون إلى تفضيل المؤسسات التي يشعرون أنها صادقة وموثوقة لتعزيز الثقة، يمكن للمؤسسات:

- تقديم معلومات دقيقة وشفافة.
- الالتزام بالوعود والاتفاقيات.
- توفير دعم عملاء فعال وسريع للاستجابة لأي استفسارات أو مشاكل.

(3) سرعة الاستجابة

سرعة الاستجابة تتعلق بمدى سرعة وكفاءة المؤسسة في التعامل مع طلبات العملاء وحل مشاكلهم، العملاء يتوقعون استجابة سريعة عند مواجهتهم لأي مشكلة أو عند احتياجهم لمعلومات إضافية لتحسين سرعة الاستجابة، يمكن للمؤسسات:

- توظيف التكنولوجيا لتحسين قنوات التواصل مع العملاء.
- تدريب الموظفين على التعامل الفوري مع الاستفسارات والمشاكل.
- توفير موارد كافية لدعم العملاء، مثل خطوط دعم إضافية أو فرق دعم مخصصة.

(4) الملموسية

الملموسية تتعلق بالجوانب المادية للخدمة مثل المظهر العام للمرافق، المعدات، وأي مواد ملموسة تُستخدم في تقديم الخدمة تعطي الملموسية العملاء انطباعاً عن مستوى الجودة والاحترافية للمؤسسة. لتعزيز الملموسية، يمكن للمؤسسات:

- الاستثمار في تحديث وصيانة المرافق والأدوات.

- التأكد من أن جميع المواد الترويجية والوثائق المقدمة للعملاء ذات جودة عالية.
- الحفاظ على نظافة وترتيب المرافق وأماكن تقديم الخدمة.

(5) التعاطف

التعاطف يشير إلى مدى قدرة المؤسسة على فهم وتلبية احتياجات وتوقعات العملاء بشكل فردي، التعاطف يعزز العلاقة بين العميل والمؤسسة ويساهم في بناء ولاء العملاء لتعزيز التعاطف، يمكن للمؤسسات:

- تدريب الموظفين على مهارات التواصل الفعال والاستماع الفعال.
- تخصيص وقت كافٍ لكل عميل لفهم احتياجاته وتوقعاته.
- تقديم حلول وخدمات مخصصة تتناسب مع احتياجات العملاء الفردية.

ومما سبق يرى الباحث أن تحسين جودة الخدمة هو عنصر أساسي لنجاح أي مؤسسة من خلال التركيز على الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، والتعاطف، يمكن للمؤسسات تقديم تجارب متميزة للعملاء وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم، هذا سيؤدي في النهاية إلى تعزيز رضا العملاء، زيادة الولاء، وتحقيق نجاح طويل الأمد.

المبحث الثاني: الأداء المؤسسي

تمهيد:

يُعد الأداء المؤسسي من المفاهيم الأساسية في إدارة الأعمال، ويعكس مدى فعالية وكفاءة المؤسسات في تحقيق أهدافها الاستراتيجية والتشغيلية، يتناول الأداء المؤسسي كيفية ترجمة الخطط الاستراتيجية إلى نتائج ملموسة، ويعتمد على مجموعة من المعايير والمقاييس التي تحدد نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها وتحسين قدراتها التنافسية. (المصاروة، 2022)

كما يُفهم الأداء المؤسسي كمجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقيم مدى قدرة المؤسسة على تحقيق نتائج مرغوبة تتماشى مع استراتيجياتها وأهدافها، يشمل الأداء المؤسسي تقييم جوانب متعددة مثل الكفاءة التشغيلية، والفعالية في تحقيق الأهداف، وجودة المنتجات والخدمات، ورضا العملاء، بالإضافة إلى استدامة الأداء المالي والابتكار.

وتشمل الأساليب العلمية المستخدمة في قياس الأداء المؤسسي استخدام مجموعة متنوعة من أدوات التحليل والتقييم، مثل مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)، وتحليل SWOT، ونماذج التميز المؤسسي مثل نموذج EFQM هذه الأدوات تساعد في تحديد نقاط القوة والضعف، وتقديم رؤى حول كيفية تحسين الأداء العام للمؤسسة. (ابراهيم، 2020)

يعتبر تحسين الأداء المؤسسي عملية مستمرة تتطلب تقييماً دقيقاً وتحليلاً منهجياً للبيانات والأداء الحالي من خلال تبني منهجيات إدارة الجودة الشاملة، وتحليل الأداء المالي، وإدخال تحسينات مستندة إلى البيانات، تستطيع المؤسسات تحقيق تقدم ملحوظ في تحقيق أهدافها الاستراتيجية وتعزيز قدرتها التنافسية.

بالتالي، يعتبر الأداء المؤسسي أحد العوامل الرئيسية التي تحدد مدى نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها وتعزيز مكانتها في السوق من خلال التركيز على تحسين الأداء المؤسسي، يمكن للمؤسسات تحقيق

الكفاءة والفعالية في عملياتها، وتعزيز رضا العملاء، وتحقيق نمو مستدام في بيئة أعمال متغيرة باستمرار).
(أحمد، 2022)

1.2.2 تعريف الأداء المؤسسي:

الأداء المؤسسي هو مفهوم محوري في إدارة الأعمال ويشير إلى كيفية تحقيق المؤسسات لأهدافها الاستراتيجية والتشغيلية، يمكن تعريف الأداء المؤسسي بعدة طرق، بناءً على السياق والتوجهات الأكاديمية والإدارية المختلفة. (الشاهين، 2023)

الأداء المؤسسي هو قياس مدى قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية والتشغيلية من خلال تقييم الفعالية والكفاءة في استخدام الموارد لتحقيق النتائج المرجوة، يركز هذا التعريف على النتائج النهائية ومدى تحقيق الأهداف المحددة. (العوضي، 2020)

كما يعرف على أنه هو مجموعة من الأنشطة والإجراءات التي تقيم مدى نجاح المؤسسة في تنفيذ استراتيجياتها وخططها التشغيلية يشمل هذا التعريف تقييم الأداء بناءً على معايير محددة تتعلق بالكفاءة والفعالية وجودة العمليات.

يشير الأداء المؤسسي إلى مدى تحقيق المؤسسة لنتائج محددة تتماشى مع أهدافها الاستراتيجية، يشمل هذا التعريف تقييم الأداء بناءً على تحقيق النتائج النهائية، مثل الإيرادات والأرباح وحصة السوق، بالإضافة إلى تحقيق رضا العملاء. (القراشية، 2022)

ويعرف الأداء المؤسسي على أنه هو تحليل مستمر للبيانات والمعايير التي تحدد فعالية وكفاءة المؤسسة في تحقيق أهدافها، يتضمن هذا التعريف استخدام أدوات تحليل الأداء مثل مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) والنماذج التحليلية لفحص الأداء وتحديد مجالات التحسين.

الأداء المؤسسي هو تقييم مدى توافق الأنشطة التشغيلية اليومية مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، يركز هذا التعريف على كيفية تنفيذ الخطط الاستراتيجية بفعالية، وتحقيق التوازن بين الأهداف القصيرة والطويلة الأجل. (محرمة، 2020)

ومما سبق يرى الباحث أن الأداء المؤسسي هو قياس شامل لمستوى نجاح المؤسسة في تحقيق الأهداف عبر جميع جوانبها، بما في ذلك الأداء المالي، والعمليات الداخلية، وجودة المنتجات والخدمات، ورضا العملاء يشمل هذا التعريف تقييم الأداء عبر مجموعة متنوعة من المجالات لقياس النجاح العام للمؤسسة، علاوة على أنه هو مدى قدرة المؤسسة على خلق قيمة مضافة للمساهمين والعملاء والمجتمع من خلال تحقيق أهدافها بفعالية وكفاءة يشمل هذا التعريف التركيز على التأثير طويل الأمد للمؤسسة وقيمتها في السوق.

2.2.2 أهمية الأداء المؤسسي:

الأداء المؤسسي هو حجر الزاوية في نجاح أي مؤسسة، إذ يعكس مدى قدرتها على تحقيق أهدافها الاستراتيجية والتشغيلية بكفاءة وفعالية، تتعدد أهمية الأداء المؤسسي وتؤثر على جوانب متعددة من عمل المؤسسة، ومن أبرزها ما يلي: (المصاروة، 2022)

(1) تحقيق الأهداف الاستراتيجية:

الأداء المؤسسي يحدد مدى قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية المحددة. من خلال متابعة وتقييم الأداء، يمكن للمؤسسة قياس مدى تقدمها نحو تحقيق الأهداف الطويلة الأجل وتعديل استراتيجياتها بناءً على النتائج المحققة هذا التقييم يمكن أن يساعد في تحديد مدى نجاح الاستراتيجيات المتبعة، وإجراء التعديلات اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة.

(2) تحسين الكفاءة والفعالية:

قياس الأداء المؤسسي يساهم في تحسين الكفاءة والفعالية من خلال تحديد مناطق القوة والضعف في العمليات التشغيلية من خلال تحليل الأداء، يمكن للمؤسسة تحسين استخدام مواردها، وتقليل التكاليف، وزيادة الإنتاجية تحديد المشكلات والفرص في العمليات التشغيلية يتيح تحسين الأداء العام وتحقيق نتائج أفضل.

(3) تعزيز القدرة التنافسية:

الأداء المؤسسي الجيد يعزز من قدرة المؤسسة على التنافس في السوق من خلال تحقيق نتائج متميزة وتحسين العمليات والخدمات، يمكن للمؤسسة تعزيز موقعها التنافسي وزيادة حصتها في السوق الأداء الممتاز يجعل المؤسسة أكثر جذباً للعملاء والمستثمرين، ويعزز من قدرتها على مواجهة التحديات السوقية بفعالية.

(4) تحقيق رضا العملاء:

الأداء المؤسسي يؤثر بشكل مباشر على جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء، من خلال متابعة وتقييم الأداء، يمكن للمؤسسة تحسين تجربة العملاء، وتلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل أفضل تحقيق رضا العملاء يساهم في تعزيز الولاء، وزيادة فرص التوصية والتكرار، مما يؤثر إيجاباً على نمو الإيرادات. (دياب، 2021)

(5) دعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية:

توفر بيانات الأداء المؤسسي معلومات قيمة لدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية من خلال تحليل البيانات وتقييم النتائج، يمكن للإدارة اتخاذ قرارات مبنية على الحقائق والمعطيات، مما يعزز من فعالية استراتيجيات النمو والتطوير هذا التحليل يمكن أن يشمل التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية وتحديد الفرص والتحديات المحتملة.

(6) زيادة الاستدامة المالية:

الأداء المؤسسي الجيد يساهم في تحسين الأداء المالي للمؤسسة من خلال تحقيق نتائج مالية إيجابية، مثل زيادة الإيرادات والأرباح، يمكن للمؤسسة تعزيز استدامتها المالية وضمان استمراريته في السوق الأداء المالي الجيد يوفر الموارد اللازمة للاستثمار في الابتكار والنمو المستقبلي. (القرامشة، 2022)

(7) تعزيز التحفيز والالتزام الوظيفي:

من خلال تحديد أهداف واضحة وتقييم الأداء، يمكن للمؤسسة تحفيز موظفيها وتعزيز التزامهم، الأداء الجيد يعكس نجاح الموظفين في تحقيق الأهداف، مما يعزز من معنوياتهم ويحفزهم على تقديم أفضل ما لديهم، كما أن التقدير والمكافآت بناءً على الأداء الجيد يمكن أن تعزز من رضا الموظفين وزيادة إنتاجيتهم.

(8) تحسين إدارة المخاطر:

تقييم الأداء المؤسسي يساعد في تحديد المخاطر المحتملة والتعامل معها بشكل استباقي من خلال متابعة الأداء وتحليل النتائج، يمكن للمؤسسة تحديد المشكلات قبل أن تتفاقم، وتطوير استراتيجيات لإدارة المخاطر بشكل فعال هذا يساعد في تقليل التأثير السلبي للمخاطر على الأداء العام للمؤسسة.

(9) تعزيز الابتكار والتطوير المستمر:

الأداء المؤسسي يشجع على الابتكار والتطوير المستمر من خلال تقديم ملاحظات حول الأداء الحالي وتحديد مجالات التحسين، التحليل المستمر للأداء يتيح للمؤسسة تحديد الفرص الجديدة للتطوير، وتبني حلول جديدة لتحسين العمليات والخدمات، مما يساهم في تحقيق التميز المستدام. (عبد الرحمن، 2019)

ومما سبق يرى الباحث الأداء المؤسسي هو عنصر حاسم في تحقيق النجاح المؤسسي ويؤثر بشكل مباشر على تحقيق الأهداف الاستراتيجية، تحسين الكفاءة والفعالية، وتعزيز القدرة التنافسية، من خلال متابعة الأداء وتقييمه بشكل مستمر، يمكن للمؤسسات تحسين عملياتها، تحقيق رضا العملاء، وزيادة الاستدامة المالية، بالإضافة إلى ذلك، الأداء الجيد يدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية، يعزز التحفيز الوظيفي، ويساهم في إدارة المخاطر وتعزيز الابتكار لذلك، يعتبر الأداء المؤسسي عنصراً أساسياً في ضمان نجاح واستدامة أي مؤسسة في بيئة الأعمال الديناميكية والمتغيرة.

3.2.2 أهداف الأداء المؤسسي:

الأداء المؤسسي يشكل أحد الركائز الأساسية في إدارة المؤسسات، حيث يهدف إلى تحقيق مجموعة متنوعة من الأهداف التي تساهم في نجاح المؤسسة واستمراريتها من بين الأهداف الرئيسية للأداء المؤسسي هو تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، والتي تشمل متابعة مدى تقدم المؤسسة نحو تحقيق رؤيتها ورسالتها الطويلة الأجل هذا التقييم يمكن المؤسسات من التأكد من أنها تسير على المسار الصحيح وأن الأنشطة اليومية تتماشى مع الخطط الاستراتيجية الموضوعة. (محارمة، 2020)

تحسين الكفاءة التشغيلية هو هدف أساسي آخر للأداء المؤسسي من خلال تحليل الأداء، يمكن للمؤسسة تعزيز فعالية عملياتها وتقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية هذا يعزز من استخدام الموارد بشكل أكثر كفاءة ويساعد في تحقيق نتائج أفضل بموارد أقل، مما يساهم في تحقيق الأداء الأمثل.

رفع جودة المنتجات والخدمات يُعتبر أيضاً من الأهداف الحيوية للأداء المؤسسي تقييم الأداء يساعد في تحديد أوجه القصور في الجودة وتطوير حلول لتحسينها جودة المنتجات والخدمات تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، مما يساهم في بناء سمعة قوية للمؤسسة في السوق وتعزيز ولاء العملاء. (الناصر، 2022)

زيادة رضا العملاء يعتبر من الأهداف المركزية للأداء المؤسسي، حيث يشمل قياس مدى تحقيق توقعات العملاء ومعالجة شكاواهم بشكل فعال رضا العملاء له تأثير كبير على الولاء والاحتفاظ بالعملاء،

ويعزز من الإيرادات والنمو للمؤسسة، لذلك، تحسين تجربة العملاء من خلال الأداء الجيد يعتبر مفتاحاً رئيسياً لنجاح المؤسسة.

الأداء المؤسسي يساهم أيضاً في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال تحقيق نتائج ممتازة وتحسين الأداء مقارنةً بالمنافسين، يمكن للمؤسسة تطوير استراتيجيات تميزها في السوق وتجذب المزيد من العملاء القدرة التنافسية القوية تساعد في تعزيز مكانة المؤسسة وتحقيق نجاح مستدام. (محرمة، 2020)

تحقيق الاستدامة المالية هو هدف آخر مهم، حيث يتطلب الأداء الجيد تحسين الأداء المالي مثل زيادة الإيرادات والأرباح وتقليل التكاليف والنفقات. الاستدامة المالية تضمن استمرار المؤسسة في تقديم خدماتها وتوسيع عملياتها، مما يساهم في الحفاظ على استقرارها ونموها في المستقبل.

تعزيز تحفيز الموظفين وزيادة التزامهم يشكل هدفاً أساسياً أيضاً من خلال تحديد الأهداف وتقديم التغذية الراجعة حول الأداء، يمكن تعزيز معنويات الموظفين وتحفيزهم على تقديم أداء متميز، التقدير والمكافآت المرتبطة بالأداء الجيد تعزز من رضا الموظفين وإنتاجيتهم. (القرامشة، 2022)

الأداء المؤسسي يلعب دوراً مهماً في إدارة المخاطر بفعالية من خلال تحليل الأداء وتحديد المخاطر المحتملة، يمكن للمؤسسة تطوير استراتيجيات للتعامل معها بشكل استباقي، مما يقلل من الأثر السلبي للمخاطر على عملياتها وأداءها العام.

كما يوفر تقييم الأداء المؤسسي دعماً أساسياً في اتخاذ القرارات الاستراتيجية من خلال تحليل البيانات والنتائج، يمكن للإدارة اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الاستراتيجيات والتوجهات المستقبلية هذا التحليل يساعد في تحسين فعالية القرارات ويعزز من نجاح المؤسسة. (كرنكة، 2018)

ومن ثم تتنوع أهداف الأداء المؤسسي لتشمل تحقيق الأهداف الاستراتيجية، تحسين الكفاءة التشغيلية، رفع جودة المنتجات والخدمات، وزيادة رضا العملاء، بالإضافة إلى تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق الاستدامة المالية، كما يهدف إلى تعزيز تحفيز الموظفين، إدارة المخاطر بفعالية، ودعم اتخاذ

القرارات الاستراتيجية من خلال تحقيق هذه الأهداف، يساهم الأداء المؤسسي في ضمان النجاح المستدام وتعزيز مكانة المؤسسة في بيئة الأعمال المتغيرة.

4.2.2 أبعاد الأداء المؤسسي:

الأداء المؤسسي هو مفهوم شامل يتأثر بعدة أبعاد رئيسية تشكل الأساس لتحقيق النجاح والاستدامة في أي منظمة، من بين هذه الأبعاد، تبرز القيادة، الاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية، والشركات والموارد والعمليات كعناصر أساسية تؤثر على فعالية الأداء المؤسسي، وتتمثل أهم هذه الأبعاد فيما يلي: (رضوان، 2022)

1. القيادة

تعد القيادة من أبرز الأبعاد المؤثرة في الأداء المؤسسي القيادة الفعالة تلعب دورًا محوريًا في توجيه المؤسسة نحو تحقيق أهدافها الاستراتيجية، القادة المتميزون ليسوا فقط مسؤولين عن وضع الرؤية الاستراتيجية وتحديد الأهداف، بل أيضًا عن تحفيز وتوجيه الفرق لتحقيق هذه الأهداف.

كما أن القيادة الجيدة تشمل القدرة على التواصل الفعال، اتخاذ القرارات الصائبة، وتقديم الدعم والقوة الحسنة للموظفين، القادة الذين يتمتعون بقدرة على تعزيز ثقافة تنظيمية إيجابية، وتفويض المهام بفعالية، ومعالجة المشكلات بشكل مبتكر، يمكنهم تحسين أداء المؤسسة بشكل كبير وضمان توافق الأنشطة اليومية مع الأهداف الاستراتيجية.

2. الاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية:

الأبعاد الاستراتيجية والسياسات والموارد البشرية تشكل جزءًا أساسيًا من الأداء المؤسسي، الاستراتيجيات تحدد الاتجاه العام للمؤسسة وتضع إطارًا لتحقيق الأهداف المحددة السياسات المتبعة تُترجم هذه الاستراتيجيات إلى إجراءات قابلة للتنفيذ وتوفر توجيهًا واضحًا للموظفين في مختلف جوانب

العمل، تتضمن السياسات أيضًا القواعد والإجراءات التي تضمن تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية وكفاءة. (الناصر، 2022)

أما الموارد البشرية، فهي عنصر حيوي في تحقيق الأداء المؤسسي، حيث تركز على إدارة الموظفين وتطوير مهاراتهم جذب وتطوير والاحتفاظ بالمواهب هو أمر أساسي لضمان أن المؤسسة تمتلك الكفاءات اللازمة لتحقيق أهدافها، يشمل هذا البعد إدارة التوظيف، التدريب والتطوير، والتقييم الدوري للأداء الموارد البشرية تسهم في تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال ضمان أن الفرق تتمتع بالمعرفة والمهارات الضرورية لأداء مهامها بكفاءة وفعالية.

3. الشركات والموارد والعمليات

الشركات والموارد والعمليات تشكل الأبعاد الأساسية التي تؤثر على الأداء المؤسسي من حيث التنفيذ الفعلي للأنشطة الشركات، تشير إلى الهيكل التنظيمي والتعاون بين مختلف الأقسام، والذي يلعب دورًا حاسمًا في تحقيق الأداء المتكامل التفاعل والتنسيق بين الأقسام يضمن أن جميع الأجزاء تعمل بشكل متناغم نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية. (الرملاوي، 2021)

أما الموارد فهي تشمل الموارد المالية والمادية والتكنولوجية التي تحتاجها المؤسسة لتحقيق أهدافها إدارة الموارد بفعالية تضمن تخصيص الموارد المناسبة للأنشطة الصحيحة، مما يعزز الكفاءة والفعالية.

العمليات تعني كيفية تنفيذ الأنشطة اليومية بفعالية لضمان تحقيق النتائج المرجوة، تحسين العمليات يشمل تقييم الإجراءات الحالية، وتحديد نقاط القوة والضعف، وتنفيذ تحسينات مستمرة لضمان تحقيق أداء مثالي تحسين العمليات يساهم في تقليل التكاليف، تسريع التنفيذ، وضمان جودة عالية للمنتجات والخدمات.

ومما سبق يرى الباحث أن الأداء المؤسسي يتأثر بشكل كبير بالأبعاد الثلاثة الرئيسية: القيادة، الاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية، والشركات والموارد والعمليات، القيادة الفعالة توجه المؤسسة نحو تحقيق أهدافها، بينما الاستراتيجيات والسياسات توفر الإطار والإجراءات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف، الموارد البشرية تسهم في تحسين الكفاءة من خلال إدارة وتطوير الموظفين، بينما الشركات والموارد والعمليات تركز على تنفيذ الأنشطة اليومية بشكل متكامل وفعال من خلال التركيز على هذه الأبعاد، يمكن للمؤسسات تعزيز أدائها وتحقيق نجاح مستدام في بيئة الأعمال المتغيرة.

الفصل الثالث: منهجية وإجراءات الدراسة

مقدمة

يتناول هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك من خلال التعرف على منهجية الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة وحساب الصدق والثبات لأداة الدراسة

1.3 منهجية البحث

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملائماً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في موظفين وعمالء بنك الرياض ونتيجة لصعوبة إجراء الحصر الشامل لكافة أفراد مجتمع الدراسة فقد قامت الدراسة باستخدام أسلوب العينات العشوائية البسيطة وتم نشر

الرابط الخاص بالاستبيان على كافة مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بأفراد مجتمع الدراسة وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة 360 فرد وهم الذين قاموا بالإجابة على اسئلة استمارة الاستبيان الالكتروني

3.3 الأساليب الإحصائية:

قام البحث باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل بيانات الدراسة باستخدام مجموعة من

الأساليب الاحصائية كما يلي:

- معامل الفاكورنباخ لحساب مستوي ثبات أداة الدراسة
- معامل ارتباط بيرسون لتحديد مستوي الاتساق الداخلي وصدق أداة الدراسة وللتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة
- النسب والتكرارات لوصف خصائص عينة الدراسة
- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لوصف مستوي استجابة افراد عينة الدراسة لعبارات أداة الدراسة
- معادلة الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين متغيرات الدراسة

4.3 أداة الدراسة

قام البحث باستخدام استمارة استبيان كأداة للدراسة الميدانية وتم إعدادها عن طريق الاستعانة بالإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة وتكونت استمارة الاستبيان من ثلاث اقسام يتضمن القسم الأول البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، مستوى التعليم، سنوات الخبرة) ويشتمل القسم الثاني علي العبارات المتعلقة بمحور جودة الخدمات المصرفية ويتضمن خمس ابعاد وهي (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسة، التعاطف) ويشتمل على 27 عبارة ويشتمل القسم الثالث علي العبارات المتعلقة بمحور الأداء المؤسسي ويشتمل على 11 عبارة وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات في الإجابة على عبارات الدراسة

جدول (1) طريقة تصحيح مقياس ليكرت

التدريج	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الوزن	5	4	3	2	1
قيمة المتوسط الحسابي	5-4.20	4.19 – 3.4	3.39 – 2.60	2.59 – 1.80	1.79 – 1
مستوى درجة التأثير	مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جدا

5.3 صدق أداة الدراسة

تم حساب صدق عبارات استمارة الاستبيان عن طريق تحديد مستوى التجانس الداخلي من خلال التعرف على الدلالة الإحصائية لمعاملات الارتباط بيرسون بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه العبارة وجاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: جودة خدمة العملاء

جدول (2) معاملات الارتباط لعبارات محور جودة خدمة العملاء

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
الاعتمادية			
1	يهتم البنك بتقديم الخدمات بشكل صحيح من أول مرة للعملاء	0.605**	0.000
2	يتوفر لدى البنك العديد من الخدمات التي تلي رغبة العملاء	0.575**	0.000

0.000	0.811**	يقوم البنك بحل المشكلات والإجابة على أسئلة العملاء بشكل سريع	3
0.000	0.790**	يلتزم البنك بإنجاز المعاملات مع العملاء في المواعيد المحددة	4
0.000	0.759**	يتمتع المصرف بالكفاءة اللازمة عند تقديم الخدمة	5
الثقة			
0.000	0.656**	محيط البنك آمن تمامًا والبنك مؤمن من أي اعتداء خارجي	6
0.004	0.469**	يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء	7
0.000	**0.739	يقدم البنك معلومات واضحة تتميز بالشفافية عن خدماته المقدمة	8
0.000	**0.636	يتميز موظفي البنك بالأمانة	9
0.000	**0.778	يملك موظفي البنك المعارف الكافية للرد على استفسارات العملاء ومساعدتهم	10
سرعة الاستجابة			
0.000	**0.817	يستجيب البنك لاستفسارات العملاء بسهولة ويسر وفي الوقت المناسب	11
0.000	0.697**	تتم مراعاة الحالات الخاصة للعملاء مثل الإعاقة	12
0.000	0.807**	يعمل البنك على حل شكاوى العملاء بدقة وسرعة	13
0.000	0.832**	يستجيب البنك لاحتياجات العملاء في الوقت المناسب	14
0.000	0.763**	يوجد استعداد دائم للتعامل مع العملاء	15
0.000	0.728**	متوفر بالمصرف عدد كاف من منافذ الخدمة	16
الملموسية			
0.004	0.682**	مبنى البنك من الخارج حسن المظهر	17
0.000	0.738**	توجد في البنك لوحات إرشادية تعريفية توجه العملاء	18

19	وجود أجهزة ومعدات حديثة وملئمة للعمل	0.675**	0.000
20	قاعة الانتظار واسعة ومجهزة لراحة العملاء	0.657**	0.000
21	يوجد بالبنك من الداخل أثاث جيد ويتميز بالنظافة	0.741**	0.000
22	ملاءمة موقع مركز الخدمة	0.856**	0.000
23	يلتزم موظفي البنك بزي موحد وبحسن المظهر	0.734**	0.000
التعاطف			
24	يتعامل البنك مع العملاء بروح مرحية وود وتعاطف	0.778**	0.000
25	لا يوجد تفرقة بين العملاء في تلقي الخدمة	0.752**	0.000
26	مصلحة العملاء هي أولوية البنك	0.698**	0.000
27	يسعى البنك إلى تطوير خدماته	0.704**	0.000

** ذات دلالة احصائية عند 0.01

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور جودة خدمة العملاء كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يعني أن عبارات محور جودة خدمة العملاء تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

المحور الثاني: الأداء المؤسسي

جدول (3) معاملات الارتباط لعبارات محور الأداء المؤسسي

م	العبارة	معامل ارتباط بيرسون	Sig
1	يتوفر لدى الموظفين المهارة والقدرة على حل مشكلات العمل اليومية لأداء المهام الوظيفية	0.865**	0.048

2	يعمل الموظفون على تحقيق الاستخدام الرشيد للموارد المتاحة لتحقيق الأهداف المطلوبة	0.899**	0.000
3	يوجد دورات للموظفين على كيفية استخدام نظم المعلومات الحديثة لزيادة مستوى أداء البنك	0.833**	0.000
4	يسعى الموظفون إلى التطوير والابتداع عند أدائهم لأعمالهم	0.836**	0.000
5	يهتم الموظفون بتقديم المقترحات التي تساهم في تطوير مستويات الاداء	0.813**	0.000
6	يحرص البنك على تقديم الخدمات وفق أفضل المعايير العالمية	0.961**	0.000
7	يحرص البنك على الحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات الضرورية للوصول إلى ضبط جودة الخدمات	0.900**	0.000
8	يحرص البنك على تفعيل البحث والتطوير لتحديث عملياته المصرفية وخدماته للوصول إلى أداء أفضل	0.919**	0.000
9	يقوم البنك بمراقبة جودة الخدمات بشكل مستمر	0.914**	0.000
10	يسعى الموظفون إلى تقديم أفضل مستوى ممكن من جودة الاداء	0.809**	0.000
11	يهتم الموظفون على التعاون مع بعضهم البعض والعمل بروح الفريق الواحد	0.697**	0.000

**** ذات دلالة احصائية عند 0.01**

وتبين أن جميع معاملات الارتباط لجميع عبارات محور الأداء المؤسسي كانت ذات دلالة إحصائية عند مستويات معنوية (0.01، 0.05) وهذا يعني أن عبارات محور الأداء المؤسسي تتمتع بصدق الاتساق الداخلي وهي صالحة لأغراض الدراسة.

6.3 ثبات أداة الدراسة:

جدول (4) معامل الثبات لمحاور استمارة الاستبيان

المحاور	معامل الفا كرونباخ	عدد العبارات
جودة خدمة العملاء	0.964	27
الأداء المؤسسي	0.961	11
إجمالي استمارة الاستبيان	0.974	38

يتبين أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من 0.7 لجميع محاور استمارة الاستبيان مما يؤكد

على صلاحية وارتباط عبارات محاور استمارة الاستبيان وارتفاع مستوي ثبات أداة الدراسة مما يسمح

باستخدام الأداة لغرض الدراسة.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل استمارة الاستبيان والتعرف على خصائص عينة الدراسة وتحليل محاور الدراسة واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج وتوصيات للدراسة.

1.4 خصائص عينة الدراسة

جدول (5) توزيع عينة الدراسة وفقا للخصائص

الخصائص	الفئات	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	260	72.2
	أنثي	100	27.8
العمر	20 – 30 سنة	150	41.7
	31 – 40 سنة	170	47.2
	41 – 50 سنة	30	8.3
	أكثر من 50 سنة	10	2.8
	ثانوي	60	16.7
مستوى التعليم	بكالوريوس	230	60.9
	دراسات عليا	70	19.4
	أقل من 5 سنوات	100	27.8
عدد سنوات الخبرة	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	130	36.1
	أكثر من 10 سنوات	130	36.1

2.4 تحليل محاور الدراسة

المحور الأول: جودة خدمة العملاء

1- الاعتمادية

جدول (6) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الاعتمادية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
يهتم البنك بتقديم الخدمات بشكل صحيح من أول مرة للعملاء	4.583	0.649	3	مرتفع جدا
يتوفر لدى البنك العديد من الخدمات التي تلي رغبة العملاء	4.750	0.500	1	مرتفع جدا
يقوم البنك بحل المشكلات والإجابة على أسئلة العملاء بشكل سريع	4.361	0.867	4	مرتفع جدا
يلتزم البنك بإنجاز المعاملات مع العملاء في المواعيد المحددة	4.278	0.779	5	مرتفع جدا
يتمتع المصرف بالكفاءة اللازمة عند تقديم الخدمة	4.639	0.487	2	مرتفع جدا
المتوسط	4.522	0.656		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات الاعتمادية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن العبارة (يتوفر لدى البنك العديد من الخدمات التي تلي رغبة العملاء) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.750 وانحراف معياري 0.500 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (يلتزم البنك بإنجاز المعاملات مع العملاء في المواعيد المحددة) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.278

وانحراف معياري 0.779 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات الاعتمادية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من الاعتمادية كأحد أبعاد جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.522 بانحراف معياري 0.656

2- الثقة

جدول (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الثقة

العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
محيط البنك آمن تمامًا والبنك مؤمن من أي اعتداء خارجي	4.722	0.454	2	مرتفع جدا
يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء	4.861	0.424	1	مرتفع جدا
يقدم البنك معلومات واضحة تتميز بالشفافية عن خدماته المقدمة	4.417	0.692	5	مرتفع جدا
يتميز موظفي البنك بالأمانة	4.667	0.586	3	مرتفع جدا
يمتلك موظفي البنك المعارف الكافية للرد على استفسارات العملاء ومساعدتهم	4.556	0.607	4	مرتفع جدا
المتوسط	4.644	0.553		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات الثقة من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن العبارة (يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.816 وانحراف معياري 0.424 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (يقدم البنك معلومات واضحة تتميز بالشفافية عن خدماته المقدمة) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.417 وانحراف معياري 0.692 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات الثقة تبين أن جميع العبارات في مستوى

الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من الثقة كأحد أبعاد جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.644 بانحراف معياري 0.553

3- سرعة الاستجابة

جدول (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات سرعة الاستجابة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
يستجيب البنك لاستفسارات العملاء بسهولة ويسر وفي الوقت المناسب	4.389	0.688	6	مرتفع جدا
تتم مراعاة الحالات الخاصة للعملاء مثل الإعاقة	4.806	0.401	1	مرتفع جدا
يعمل البنك على حل شكاوى العملاء بدقة وسرعة	4.472	0.654	4	مرتفع جدا
يستجيب البنك لاحتياجات العملاء في الوقت المناسب	4.472	0.736	5	مرتفع جدا
يوجد استعداد دائم للتعامل مع العملاء	4.528	0.845	3	مرتفع جدا
متوفر بالمصرف عدد كاف من منافذ الخدمة	4.556	0.695	2	مرتفع جدا
المتوسط	4.537	0.670		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات سرعة الاستجابة من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن العبارة (تتم مراعاة الحالات الخاصة للعملاء مثل الإعاقة) هي

أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.806 وانحراف معياري 0.401 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (يستجيب البنك لاستفسارات العملاء بسهولة ويسر وفي الوقت المناسب) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.389 وانحراف معياري 0.688 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات سرعة الاستجابة تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من سرعة الاستجابة كأحد أبعاد جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.537 بانحراف معياري 0.670

4- الملموسية

جدول (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوي الموافقة على عبارات الملموسية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوي الموافقة
مبنى البنك من الخارج حسن المظهر	4.417	0.770	7	مرتفع جدا
توجد في البنك لوحات إرشادية تعريفية توجه العملاء	4.639	0.487	2	مرتفع جدا
وجود أجهزة ومعدات حديثة وملائمة للعمل	4.500	0.737	5	مرتفع جدا
قاعة الانتظار واسعة ومجهزة لراحة العملاء	4.444	0.773	6	مرتفع جدا
يوجد بالبنك من الداخل أثاث جيد ويتميز بالنظافة	4.528	0.696	4	مرتفع جدا
ملاءمة موقع مركز الخدمة	4.556	0.652	3	مرتفع جدا
يلتزم موظفي البنك بزي موحد وبحسن المظهر	4.722	0.566	1	مرتفع جدا

المتوسط	4.544	0.669	مرتفع جدا
---------	-------	-------	-----------

تم ترتيب عبارات الملموسية من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن العبارة (يلتزم موظفي البنك بزي موحد وبحسن المظهر) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.722 وانحراف معياري 0.566 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (مبنى البنك من الخارج حسن المظهر) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.417 وانحراف معياري 0.770 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات الملموسية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من الملموسية كأحد أبعاد جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.544 بانحراف معياري 0.669

5- التعاطف

جدول (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات التعاطف

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
يتعامل البنك مع العملاء بروح مرحة وود وتعاطف	4.361	0.762	4	مرتفع جدا
لا يوجد تفرقة بين العملاء في تلقي الخدمة	4.333	0.828	3	مرتفع جدا
مصلحة العملاء هي أولوية البنك	4.500	0.697	2	مرتفع جدا
يسعى البنك إلى تطوير خدماته	4.694	0.624	1	مرتفع جدا
المتوسط	4.472	0.728		مرتفع جدا

تم ترتيب عبارات التعاطف من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن العبارة (يسعى البنك إلى تطوير خدماته) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة

4.694 وانحراف معياري 0.624 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (يتعامل البنك مع العملاء بروح مرحية وود وتعاطف) هي أقل العبارات اهمية بقيمة 4.361 وانحراف معياري 0.762 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات التعاطف تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى مرتفع جدا من التعاطف كأحد أبعاد جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.472 بانحراف معياري 0.728

يتبين مما سبق وجود مستوى مرتفع جدا من جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.546 بانحراف معياري 0.654

المحور الثاني: الأداء المؤسسي

جدول (11) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ومستوى الموافقة على عبارات الأداء

المؤسسي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
يتوفر لدى الموظفين المهارة والقدرة على حل مشكلات العمل اليومية لأداء المهام الوظيفية	4.722	0.454	2	مرتفع جدا
يعمل الموظفون على تحقيق الاستخدام الرشيد للموارد المتاحة لتحقيق الأهداف المطلوبة	4.611	0.645	7	مرتفع جدا
يوجد دورات للموظفين على كيفية استخدام نظم المعلومات الحديثة لزيادة مستوى أداء البنك	4.472	0.736	10	مرتفع جدا
يسعى الموظفون الى التطوير والابداع عند أدائهم لأعمالهم	4.500	0.775	9	مرتفع جدا

مرتفع جدا	8	0.695	4.556	يهتم الموظفون بتقديم المقترحات التي تساهم في تطوير مستويات الاداء
مرتفع جدا	4	0.624	4.694	يحرص البنك على تقديم الخدمات وفق أفضل المعايير العالمية
مرتفع جدا	6	0.683	4.639	يحرص البنك على الحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات الضرورية للوصول إلى ضبط جودة الخدمات
مرتفع جدا	5	0.535	4.667	يحرص البنك على تفعيل البحث والتطوير لتحديث عملياته المصرفية وخدماته للوصول إلى أداء أفضل
مرتفع جدا	1	0.500	4.750	يقوم البنك بمراقبة جودة الخدمات بشكل مستمر
مرتفع جدا	3	0.577	4.694	يسعى الموظفون الى تقديم افضل مستوى ممكن من جودة الاداء
مرتفع جدا	5	0.535	4.667	يهتم الموظفون على التعاون مع بعضهم البعض والعمل بروح الفريق الواحد
مرتفع جدا		0.614	4.634	المتوسط

تم ترتيب عبارات الأداء المؤسسي من حيث درجة الأهمية النسبية (قيمة المتوسط الحسابي الأكبر) من وجهة نظر عينة الدراسة تبين أن العبارة (يقوم البنك بمراقبة جودة الخدمات بشكل مستمر) هي أكثر العبارات أهمية بقيمة 4.750 وانحراف معياري 0.500 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا بينما كانت العبارة (يوجد دورات للموظفين على كيفية استخدام نظم المعلومات الحديثة لزيادة مستوى أداء البنك) هي أقل العبارات أهمية بقيمة 4.472 وانحراف معياري 0.736 وبدرجة موافقة مرتفعة جدا وعند دراسة عبارات الميزة التنافسية تبين أن جميع العبارات في مستوى الموافقة المرتفع جدا مما يوضح وجود مستوى

مرتفع جدا من الأداء المؤسسي في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة

المتوسط الحسابي 4.634 بانحراف معياري 0.614

3.4 اختبار فروض الدراسة

الفرض الرئيسي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها

(الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في الأداء المؤسسي في بنك الرياض

جدول (12) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.781		0.610		0.698		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	717.628	1	717.628	53.118	0.000	
	459.344	34	13.510			
	1176.972	35				
المجموع Total						
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
الأداء المؤسسي	الثابت Constant	7.850	5.948		1.320	.196
	جودة خدمة العملاء	.351	.048	.781	7.288	.000

المصدر: من إعداد البحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (12) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة $(Sig F) = 0.000$ وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح أن المتغير المستقل (جودة خدمة العملاء) يفسر 61% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأداء المؤسسي) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة خدمة العملاء و الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.781 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة $(Sig t) = 0.000$ وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى جودة خدمة العملاء بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 0.351% مما يبين صحة الفرضية الرئيسية للدراسة

الفرض الفرعي الاول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الاعتمادية كأحد عناصر جودة

خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

جدول (13) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الاعتمادية والأداء المؤسسي

ملخص النموذج Model Summary					
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted	
0.578		0.334		0.314	
تحليل التباين ANOVA					
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression	392.535	1	392.535	17.014	0.000
الباقى Residual	784.437	34	23.072		
المجموع Total	1176.972	35			

المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
الأداء المؤسسي	الثابت Constant	22.671	6.908		3.282	.002
	الاعتمادية	1.252	.303	.578	4.125	.000

المصدر: من إعداد البحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (13) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح ان المتغير المستقل (الاعتمادية) يفسر 33.4% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأداء المؤسسي) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.578 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للاعتمادية على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى الاعتمادية بمقدار 1% ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.252% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

الفرض الفرعي الثاني: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الثقة كأحد عناصر جودة خدمة

العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

جدول (14) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الثقة والأداء المؤسسي

ملخص النموذج Model Summary		
معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل R ² Adjusted
0.641	0.410	0.393
تحليل التباين ANOVA		

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	483.127	1	483.127	23.674	0.000	
الباقى Residual	693.846	34	20.407			
المجموع Total	1176.972	35				
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
الأداء المؤسسي	الثابت Constant	10.647	8.322		1.279	.209
	الثقة	1.736	.357	.641	4.866	.000

المصدر: من إعداد البحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (14) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح ان المتغير المستقل (الثقة) يفسر 41% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأداء المؤسسي) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الثقة والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.641 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للثقة على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى الثقة بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.736% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة

الفرض الفرعي الثالث: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين سرعة الاستجابة كأحد عناصر

جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

جدول (15) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين سرعة الاستجابة والأداء المؤسسي

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.478		0.531		529-0.		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	777.362	1	777.362	22.594	0.000	
	1169.780	34	34.405			
	1176.972	35				
المجموع Total						
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
الأداء المؤسسي	الثابت Constant	49.575	3.209		15.447	.000
	سرعة الاستجابة	.056	.122	.078	4.753	.000

المصدر: من إعداد البحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (15) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح ان المتغير المستقل (سرعة الاستجابة) يفسر 53.1% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأداء المؤسسي) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.478 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لسرعة الاستجابة على الأداء المؤسسي عند

مستوي معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى سرعة الاستجابة بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 0.056 % مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

الفرض الفرعي الرابع: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الملموسية كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

جدول (16) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين الملموسية والأداء المؤسسي

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.753		0.567		0.554		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F	
الانحدار Regression	667.187	1	667.187	44.498	0.000	
	509.785	34	14.994			
	1176.972	35				
المجموع Total						
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T
الأداء المؤسسي	الثابت Constant	15.475	5.360		2.887	.007
	الملموسية	1.116	.167	.753	6.671	.000

المصدر: من إعداد البحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (16) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح أن المتغير المستقل (المللموسية) يفسر 56.7% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأداء المؤسسي) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين المللموسية والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.753 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمللموسية على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى المللموسية بمقدار 1% ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.116% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

الفرض الفرعي الخامس: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين التعاطف كأحد عناصر جودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي في بنك الرياض

جدول (17) نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين التعاطف والأداء المؤسسي

ملخص النموذج Model Summary						
معامل الارتباط R		معامل التحديد R ²		معامل R ² Adjusted		
0.755		0.570		0.557		
تحليل التباين ANOVA						
النموذج		مجموع المربعات	درجات الحرية Df	متوسط المربعات	F	Sig F
الانحدار Regression		670.864	1	670.864	45.068	0.000
الباقى Residual		506.108	34	14.886		
المجموع Total		1176.972	35			
المتغير التابع	النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig T

الأداء المؤسسي	الثابت Constant	18.173	4.928		3.688	.001
	التعاطف	1.834	.273	.755	6.713	.000

المصدر: من إعداد البحث استنادا إلى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يتبين من الجدول (17) معنوية النموذج ككل حيث كانت قيمة (Sig F) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية واتضح ان المتغير المستقل (التعاطف) يفسر 57% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأداء المؤسسي) وتبين وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين التعاطف والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.755 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتعاطف على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 حيث كانت قيمة (Sig t) = 0.000 وهي قيمة أقل من 0.05 أي أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية وتبين أن كلما ازداد مستوى التعاطف بمقدار 1% ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.834% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الخامسة للدراسة

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات والمقترحات

مقدمة

سوف نتناول في هذا الفصل النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بمحاور الدراسة والتي تم الحصول عليها عن طريق أداة الاستبيان المتمثلة في استمارة الاستبيان الالكتروني واختبار فروض الدراسة من أجل تحقيق أهداف الدراسة وكذلك يتناول الفصل مجموعة من التوصيات التي توصي بها الدراسة ومجموعة من المقترحات لدراسات وابحاث يمكن اجراؤها في المستقبل

1.5 نتائج الدراسة

- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.546 بانحراف معياري 0.654 وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة العساف، و أبو بكر. (2023).
- ✓ تبين وجود مستوي مرتفع جدا لأبعاد جودة خدمة العملاء (الاعتمادية، الثقة، سرعة الاستجابة، الملموسة، التعاطف) في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة العساف، و أبو بكر. (2023).
- ✓ وجود مستوي مرتفع جدا من الأداء المؤسسي في بنك الرياض من وجهة نظر افراد عينة الدراسة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 4.634 بانحراف معياري 0.614
- ✓ وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي عند مستوي معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.781 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة خدمة العملاء على الأداء المؤسسي عند مستوي معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى جودة خدمة العملاء بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 0.351% مما يبين صحة الفرضية الرئيسية للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة مرسى، (2022) ومع نتيجة دراسة أحمد، و خطاب، (2022) وكذلك مع نتيجة دراسة عبد الباقي، و زكي. (2020). وأيضا مع

نتيجة دراسة (الشاهين، 2023)، ومع نتيجة دراسة (الدغهي، 2019)، ومع نتيجة دراسة (العوضي،

2020)، ومع نتيجة دراسة (Abo Naser, 2018)

✓ وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.578 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للاعتمادية على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى الاعتمادية بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.252% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

✓ وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الثقة والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.641 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للثقة على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى الثقة بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.736% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الحاج، و عبدالرحمن . (2020).

✓ وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.478 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لسرعة الاستجابة على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى سرعة الاستجابة بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 0.056% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

✓ وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين الملموسة والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.753 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للملموسة على الأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وتبين أن كلما ازداد مستوى الملموسة بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.116% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

✓ علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين التعاطف والأداء المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 وبلغت قيمة معامل الارتباط 0.755 وكذلك تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتعاطف على الأداء

المؤسسي عند مستوى معنوية 0.05 ح وتبين أن كلما ازداد مستوى التعاطف بمقدار 1 % ازداد مستوى الأداء المؤسسي في بنك الرياض بمقدار 1.834% مما يبين صحة الفرضية الفرعية الخامسة للدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أحمد، و خطاب، (2022).

2.5 التوصيات

- ✓ العمل على الحفاظ على المستوى المتميز من جودة خدمة العملاء في بنك الرياض من خلال توفير بيئة العمل المناسبة التي تحقق ذلك
- ✓ العمل على الحفاظ على المستوى المتميز من الأداء المؤسسي في بنك الرياض من خلال توفير كافة الإمكانيات والاحتياجات التي تساهم في تحقيق ذلك
- ✓ الاهتمام بزيادة مستويات العاملين في بنك الرياض من خلال الدورات والبرامج التدريبية التي تساهم في تعريفهم بكافة الأساليب الحديثة في مجال العمل

3.5 المقترحات

- ✓ التوسع في إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بجودة خدمة العملاء في كافة المؤسسات المالية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها على مستويات الأداء والإنتاجية
- ✓ إجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بالأداء المؤسسي في كافة المؤسسات المالية في المملكة العربية السعودية وكيفية تحقيقها وأهم العوامل المؤثرة عليها

Abstract

The study aimed to investigate the impact of improving customer service quality, with its dimensions (reliability, assurance, responsiveness, tangibility, and empathy), on institutional performance at Riyadh Bank. The descriptive-analytical approach was used, and the study population consisted of employees and customers of Riyadh Bank. The study sample included 360 individuals who responded to the electronic questionnaire. The SPSS program was used for data analysis.

The study results indicated a statistically significant impact of customer service quality, with its dimensions (reliability, assurance, responsiveness, tangibility, and empathy), on institutional performance at Riyadh Bank.

The study recommended the necessity of maintaining the distinguished level of customer service quality at Riyadh Bank by providing an appropriate work environment that ensures this, and maintaining the distinguished level of institutional performance at Riyadh Bank by providing all the capabilities and requirements that contribute to achieving this.

Keywords: Customer Service Quality - Institutional Performance - Riyadh Bank.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- إبراهيم، راحيل يحيى، و العزاوي، مها عارف بريس. (2020). تأثير جودة الخدمة في إدارة علاقات الزبون: دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية. مجلة الإدارة والاقتصاد، ع124 ، 62 - 81.
مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1097288>
- أحمد، بشرى صلاح عبدالكريم، و خطاب، إشراقة عبدالحافظ حسن. (2022). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العملاء لنظام الدفع عبر الموبايل في المصارف العاملة بالسودان. مجلة دراسات مصرفية ومالية، ع39 ، 41 - 75. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329239>
- إسماعيل، عمار فتحي موسى، و الناصر، مريم علي موسى. (2021). دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، مج12، ع2 ، 1 - 26. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/122939>
- باحميد، عمر صالح يسلم. (2017). معلومات العملاء وأثرها في تحسين جودة خدمة العملاء: دراسة ميدانية في البنك اليمني للإنشاء والتعمير فرع عدن. مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، ع20 ، 35 - 72. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/932511>
- بوقطاية، سفيان، و عبداللطيف، عثمان. (2018). أثر تحسين جودة الخدمة وفق متطلبات الاقتصاد الرقمي في تحقيق رضا الزبائن: دراسة عينة من زبائن مؤسسة الاتصالات موبيليس. مجلة مجاميع المعرفة، مج4، ع2 ، 93 - 103. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/983912>
- الحاج، رحمه الحاج محمد، و عبدالرحمن، صديق محمد البشير. (2020). جودة الخدمات المصرفية في البنوك السعودية بالتطبيق على بنك الراجحي فرع جامعة الإمام بالمملكة السعودية الرياض. مجلة

جامعة أم درمان الإسلامية، ع32 ، 203 - 224. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1262795>

— الدغمي، هيفاء راشد، (2019)، التمكين الإداري في التميز المؤسسي، (رسالة ماجستير)، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، الأردن.

— دياب، غادة عبد المنعم عبد الحميد. (2021). أثر أبعاد الجداريات الوظيفية على الأداء المؤسسي: دراسة تطبيقية على شركات إنتاج الدواء. مجلة البحوث التجارية، مج43، ع3، 251 - 277. مسترجع

من <http://search.mandumah.com/Record/1191930>

— رضوان، رغدة رضوان سعيد، الخولي، سيد محمود السيد إسماعيل، و جبريل، ماجدة محمد. (2022). أثر تطبيق الجودة على تحسين الخدمة المقدمة. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع4 ،

187 - 204. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1373070>

— الرملاوي، شيماء محمد عبد الحميد السيد، النجار، حنان إبراهيم، و عبد الهادي، إيمان أحمد نبيل. (2021). دور جودة الخدمة في تحقيق التميز المؤسسي بالتطبيق على مستشفيات جامعة القاهرة

(رسالة ماجستير غير منشورة). (جامعة الازهر، القاهرة. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1470594>

— سعيد، وفاء فنجري مرزوق. (2022). دور البراعة التنظيمية في تحسين جودة الخدمة بشركات الاتصالات المصرية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع1 ، 13 - 44. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1275507>

— الشاهين، أماني عبد الله سالم، (2023)، أثر ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري في تحقيق تميز الأداء المؤسسي: الدور الوسيط للابداع التنظيمي في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية، (رسالة دكتوراه)، جامعة مؤتة، كلية الدراسات العليا، الأردن.

— شعيب، حنين محمد. (2021). خبرات العملاء: محور جديد لجودة الخدمات بالجامعات. المجلة العربية للإدارة، مج41، ع4 ، 279 - 296. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1207194>

- صالح، صديق عبدالرحمن شعيب، لقمة، أبو بكر عامر محمد، عمر، سيد قطب الصادق ابراهيم، و أحمد، مؤيد عبدالعزيز عثمان محمد. (2023). الدور الوسيط لجودة الخدمة المصرفية في العلاقة بين إدارة علاقات العملاء وتحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة. مجلة الريان للعلوم الإنسانية والتطبيقية، مج6، ع1، 119 - 145. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1407520>
- عباس، أمال العرباوي، (2022)، التميز المؤسسي بمؤسسات التربية الخاصة، مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، ع40، مصر.
- عبد الباقي، القاسم سليمان محمد، و زكي، منيرة محمد الأمين أحمد. (2020). دور كفاءة العاملين في تحقيق جودة الخدمة المصرفية لجذب العملاء: دراسة حالة مصرف البلد (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1286090>
- عبدالرحمن، بلسم سعيد، بلال، حواء عبدالله، الطرابلسي، مريم العربي، و حمد، حافظ إبراهيم. (2019). أثر نظم المعلومات الإدارية على الأداء المؤسسي: دراسة حالة شركة الناغي للسيارات، جدة - المملكة العربية السعودية خلال الفترة من 2015 - 2017. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مج3، ع4، 90 - 112. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1038446>
- العساف، عبدالله حسين، و أبو بكر، سحر محمد محمود. (2023). أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الأردنية: الدور المعدل لرأس المال البشري (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1428942>
- على، هشام فوزي عباس، (2019)، دور القيادة الأخلاقية في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة حالة على شركة الشرق الأوسط لتكرير البترول -ميدور، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، كلية التجارة بالإسماعلية، مج10، ع1، مصر.

- عمري، سامي، و عمري، ريم. (2023). تحليل العلاقة بين أخلاقيات العمل وجودة الخدمة: البنوك التجارية لولاية تبسة نموذجاً. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، مج19، ع32، 375 - 386. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1395626>
- العوضي، فايزة خير الله، (2020)، دور إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الدولية الكويتية، مجلة الأندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الأندلس للعلوم والتقنية، ع.31.
- القرامسه، هيفاء تيسير محمد. (2022). إدارة الأداء الوظيفي المؤسسي. مجلة رماح للبحوث والدراسات، ع74، 25 - 40. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1331415>
- كرنكة، محمد مصطفى حمدان. (2018). تقييم الاداء المؤسسي. مجلة المصري، ع87، 16 - 27. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/948067>
- لبيب، حسن عيد. (2021). تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضاء العملاء: دراسة تطبيقية على قطاعي المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الفيوم. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع2، 716 - 787. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1150848>
- محارمة، ثامر محمد. (2020). أثر التخطيط الاستراتيجي على الأداء المؤسسي: دراسة حالة منظمة حكومية بدولة قطر. مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية والقانونية، مج4، ع14، 140 - 155. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1103367>
- مرسي، سعيد محمود، (2022)، إدارة المعرفة "مدخل لتطوير الأداء المؤسسي" دراسة تربوية ونفسية"، جامعة الزقازيق، كلية التربية، مصر.
- المصاروة، مهند كساب عبدالله، و السرحان، عطا الله بن فهد صياح. (2021). أثر الذكاء الاصطناعي في الأداء المؤسسي: متغير وسيط رأس المال الفكري في البنوك التجارية في الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1250188>

- المطيري، عبدالعزيز مجعد فارح، عطية، طاهر مرسي، و جودة، سماح محمد محمد. (2020). تأثير إدارة تجارب العملاء على تحسين جودة الخدمة: بالبنوك التجارية الكويتية. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع4 ، 437 - 465. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1091005>
- الناصر، مريم عيسى علي، و إسماعيل، عمار فتحي موسى. (2022). دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، مج13، ملحق ، 560 - 583. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1291501>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Abo Naser, S. (2018). Eadvertising And Its Impact On Achieving Institutional Excellence In Palestine Technical College, International Journal Of Academic Management Science Research, 3 (9), 1-25.
- Lebdaoui, H., & Chetioui, Y. (2020). CRM, service quality and organizational performance in the banking industry: a comparative study of conventional and Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1081-1106.

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس تحسين جودة خدمة العملاء وأثرها على الأداء

المؤسسي: دراسة تطبيقية على بنك الرياض

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول

منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء

رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن جميع

البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا

البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

- 1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- الفئة العمرية ☐ من 20-30 سنة ☐ من 31-40 سنة ☐ من 41-50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة
- 3- مستوى التعليم ☐ ثانوي ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
- 4- سنوات الخبرة ☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات

ثانيا محاور الاستبيان

المحور الأول: جودة خدمة العملاء، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

البعد					أوافق بشدة	أوافق بشدة	محايد	معارض بشدة	معارض بشدة
الاعتمادية									
يهتم البنك بتقديم الخدمات بشكل صحيح من أول مرة للعملاء									
يتوفر لدى البنك العديد من الخدمات التي تلبي رغبة العملاء									
يقوم البنك بحل المشكلات والإجابة على أسئلة العملاء بشكل سريع									
يلتزم البنك بإنجاز المعاملات مع العملاء في المواعيد المحددة									
يتمتع المصرف بالكفاءة اللازمة عند تقديم الخدمة									
الثقة									
محيط البنك آمن تمامًا والبنك مؤمن من أي اعتداء خارجي									
يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء									
يقدم البنك معلومات واضحة تتميز بالشفافية عن خدماته المقدمة									
يتميز موظفي البنك بالأمانة									

					يملك موظفي البنك المعارف الكافية للرد على استفسارات العملاء ومساعدتهم
سرعة الاستجابة					
					يستجيب البنك لاستفسارات العملاء بسهولة ويسروفي الوقت المناسب
					تتم مراعاة الحالات الخاصة للعملاء مثل الإعاقة
					يعمل البنك على حل شكاوى العملاء بدقة وسرعة
					يستجيب البنك لاحتياجات العملاء في الوقت المناسب
					يوجد استعداد دائم للتعامل مع العملاء
					متوفر بالمصرف عدد كاف من منافذ الخدمة
الملموسية					
					مبنى البنك من الخارج حسن المظهر
					توجد في البنك لوحات إرشادية تعريفية توجه العملاء
					وجود أجهزة ومعدات حديثة وملائمة للعمل
					قاعة الانتظار واسعة ومجهزة لراحة العملاء
					يوجد بالبنك من الداخل أثاث جيد ويتميز بالنظافة
					ملاءمة موقع مركز الخدمة
					يلتزم موظفي البنك بزي موحد وبحسن المظهر

التعاطف					
					يتعامل البنك مع العملاء بروح مرحية وود وتعاطف
					لا يوجد تفرقة بين العملاء في تلقي الخدمة
					مصلحة العملاء هي أولوية البنك
					يسعى البنك إلى تطوير خدماته

✎ المحور الثاني: الأداء المؤسسي، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					يتوفر لدى الموظفين المهارة والقدرة على حل مشكلات العمل اليومية لأداء المهام الوظيفية
					يعمل الموظفون على تحقيق الاستخدام الرشيد للموارد المتاحة لتحقيق الأهداف المطلوبة
					يوجد دورات للموظفين على كيفية استخدام نظم المعلومات الحديثة لزيادة مستوى أداء البنك
					يسعى الموظفون إلى التطوير والابتداع عند أدائهم لأعمالهم
					يهتم الموظفون بتقديم المقترحات التي تساهم في تطوير مستويات الأداء
					يحرص البنك على تقديم الخدمات وفق أفضل المعايير العالمية
					يحرص البنك على الحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات الضرورية للوصول إلى ضبط جودة الخدمات

					يحرص البنك على تفعيل البحث والتطوير لتحديث عملياته المصرفية وخدماته للوصول إلى أداء أفضل
					يقوم البنك بمراقبة جودة الخدمات بشكل مستمر
					يسعى الموظفون إلى تقديم أفضل مستوى ممكن من جودة الأداء
					يهتم الموظفون على التعاون مع بعضهم البعض والعمل بروح الفريق الواحد

مع خالص التقدير والاحترام

Mid-Ocean University

College of Management



Department of Business Administration

**Improving Customer Service Quality and Its Impact on
Organizational Performance: An Applied Study on Riyadh
Bank.**

Preparation:

Mohammed jaffal Alanazi232001400

Hadi Saud Al-Shammari233001059

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid Mohammed Hassan

Dr. Fayez Jarad

1445-2024